

Communiquer votre impact

Les organisations à vocation sociale (OVS) font beaucoup pour résoudre des problèmes sociaux pressants, pourtant elles négligent souvent de communiquer leur impact autour d'elles. Pour être prête à recevoir des investissements, les OVS doivent faire connaître l'impact de leur travail au moyen de la communication narrative fondée sur des données probantes et de rapports sur leur impact, en plus de communiquer leur proposition de valeurs aux investisseurs.

Élaborer une stratégie de communications vous donne votre feuille de route pour améliorer la capacité de votre OVS de raconter des histoires importantes pour inciter les auditoires à agir et d'attirer des investisseurs en phase avec votre mission sociale.

LIFT Philanthropy Partners est une organisation sans but lucratif nationale qui travaille avec des leaders sociaux de tout le Canada et les aide à renforcer leur capacité pour qu'ils aient un plus grand impact grâce à une efficacité et une efficience accrues et à l'utilisation dans le secteur de l'économie sociale d'une approche entrepreneuriale et de ressources adaptables et novatrices.

La Fondation canadienne des femmes est un organisme phare du mouvement pour l'égalité des genres au Canada. Grâce au financement, à la recherche, au militantisme et au partage des connaissances, nous travaillons à générer des changements systémiques.

Principaux avantages de la communication de l'impact

- Témoigne des résultats, les avantages et la valeur que vous apportez à vos clients.
- Montre aux investisseurs, donateurs et bailleurs de fonds potentiels ce que vous pouvez faire avec leur soutien.
- Aide à être plus intentionnel et stratégique, en communiquant votre proposition de valeur aux différents auditoires.
- Fait connaître votre organisation et aide à obtenir des soutiens pour elle.
- Renforce la confiance et l'assurance de votre public en appuyant vos propos avec des données.
- Favorise les liens avec votre communauté et avec le public, et leur mobilisation.
- Aide vos auditoires à mieux comprendre des enjeux complexes.

Quelques conseils

- Élaborez des messages uniformes qui expliquent ce que vous faites concrètement et en quoi le plan de votre OVS en matière d'impact est viable.
- Assurez-vous que vos messages sont clairs et simples et qu'ils parlent à vos auditoires.
- Envisager l'utilisation d'un tableau de bord des impacts qui aide à transformer vos données sur les impacts de votre OVS en une histoire visuelle évocatrice qui encouragera vos auditoires à passer à l'action.
- Évitez les histoires de cas particuliers qui ne se sont pas intimement reliées à vos résultats fondamentaux.
- Créez des messages qui témoignent de votre désir de collaborer et d'apprendre.
- Réfléchissez à la capacité de votre OVS de mettre en œuvre une stratégie de communications et demandez-vous ce que vous devriez prioriser.

Étapes pour établir une stratégie de communications solide

Les éléments suivants sont les fondations essentielles à mettre en place pour orienter votre stratégie de communications et votre contenu:

1 Recherche

Rassemblez des données pour en savoir plus sur votre impact social, votre auditoire actuel et la situation générale dans votre secteur, les sujets et les tendances les plus présents dans les esprits, par exemple.

Ce ne sont pas les données brutes qui comptent ici, mais ce qu'elles peuvent vous dire. Que racontent-elles sur votre OVS, votre impact et les communications que vous voulez avoir – comment, pourquoi et avec qui?

2 Auditoire & messages clés

Définissez vos publics cibles et la proposition de valeur de votre OVS. Cette dernière est liée à la vision et à la mission de l'OVS et explique ce que vous offrirez et comment cela bénéficiera à votre public. Une fois que vous comprenez votre proposition de valeur, vous pouvez commencer à élaborer vos messages clés.

Envisagez de travailler avec vos auditoires actuels avant d'investir du temps et des ressources pour en acquérir de nouveaux. Qui sont vos supporters ou champions actuels? Qui vous suit déjà et interagit avec vous sur les réseaux sociaux?

3 Résultats & mesure des résultats

Mesurer vos résultats avec des paramètres de « retour sur la mobilisation » et des indicateurs de rendement clés (IRC) est un moyen facile et précis d'évaluer votre rendement. Ça peut aussi vous aider à obtenir l'appui de votre équipe et à créer un sentiment de responsabilité pour ce que vous essayez d'accomplir.

Qu'est-ce que votre OVS essaye d'accomplir à moyen et long terme? En isolant deux ou trois résultats sur lesquels vous concentrer dans votre stratégie de communications, vous vous assurez que votre équipe vise toujours le même résultat souhaité.

4 Stratégie

Votre stratégie de communications est l'aboutissement de tout ce que vos recherches vous ont appris, tout ce que vous savez de votre auditoire et de ce qui est important pour lui, et des résultats que vous souhaitez obtenir. Utilisez ce que vous avez appris pour décider de la meilleure voie de communications et des meilleures tactiques pour atteindre vos objectifs, et ajoutez un IRC pour vous donner formellement l'obligation d'obtenir des résultats.

Déterminez toujours votre stratégie avant de décider de voies de communication et de tactiques. C'est votre feuille de route pour communiquer votre impact de façon réfléchie et intentionnelle.

5 Contenu, voies & tactiques

La liste des voies et tactiques possibles pour communiquer votre contenu est infinie. Chacune a des fonctions différentes et vous devriez choisir en fonction de vos objectifs, votre stratégie et ce que vous savez de votre auditoire.

Il n'y a pas d'approche universelle; adaptez votre contenu au mode de communication et à l'auditoire que vous ciblez. À quelle fin communiquez-vous? Qui est votre auditoire et comment s'informe-t-il? Quel est le principal message que vous voulez que votre auditoire retienne?