

Analyser votre public

Objectifs :

Évaluer le public cible et identifier son intérêt potentiel pour votre cause, p. ex. lors de la planification d'une campagne de lobbying ou de plaidoyer.

Matériaux :

Un exemplaire du « formulaire d'analyse du public » (voir ci-dessous) pour chaque participant.

Durée :

30 minutes

Procédure :

Afin d'analyser votre public cible, vous devez, avec votre équipe, établir une liste des organisations, des institutions et/ou des personnes que vous souhaitez atteindre ; si cette liste est trop longue, vous devez fixer des priorités. Ensuite, discutez de la notoriété de votre organisation auprès du public invité, de sa connaissance de votre cause, de son point de vue sur votre position et d'une éventuelle manifestation de soutien antérieure pour votre cause. Dans chaque cas, donnez une note de 1 (niveau faible) à 5 (niveau élevé). Au cours d'une seconde étape, identifiez l'intérêt potentiel de votre cause pour votre public cible et recherchez des personnes importantes et influentes qui pourraient avoir un impact dans votre public cible.

Exemple:

Formulaire d'analyse de public

Public ciblé :					
Question :					
I. Évaluez le public ciblé en fonction du niveau de ... :	1 = niveau faible	2	3	4	5 = niveau élevé
... notoriété de votre organisation					
... connaissance de votre cause					
... point de vue sur votre position					
... manifestation de soutien antérieure					

2. En fonction de votre public ciblé, identifiez ... :

... son intérêt/comment il peut bénéficier de la cause :

... les personnes influentes (publics secondaires pouvant exercer une influence sur votre public ciblé) :
