

Connaissez-vous la communication d'influence ? Si vous rencontrez un enjeu et que vous souhaitez convaincre un décideur d'agir, ou si vous faites des actions de communication visant à obtenir le soutien des citoyens et des médias, vous faites probablement de la communication d'influence sans le savoir. La différence entre les relations publiques et la communication d'influence ? La communication d'influence vous permet de rallier un décideur à votre projet et à votre solution.

## 1 Enjeux concrets

Plusieurs enjeux concrets peuvent nécessiter de la communication d'influence de la part des citoyens ou d'un organisme. Par exemple :

- A** les aires de jeux d'un parc sont inaccessibles aux enfants avec un handicap ;
- B** les adolescents d'une municipalité ont peu accès à des médiums de lecture qui les intéressent et pourrait les engager à lire ;
- C** une intersection routière est dangereuse et les accidents y sont nombreux ;
- D** les besoins des jeunes d'une région sont élevés ; les organisations locales sont incapables d'y répondre.

## 2 Décideur à rallier

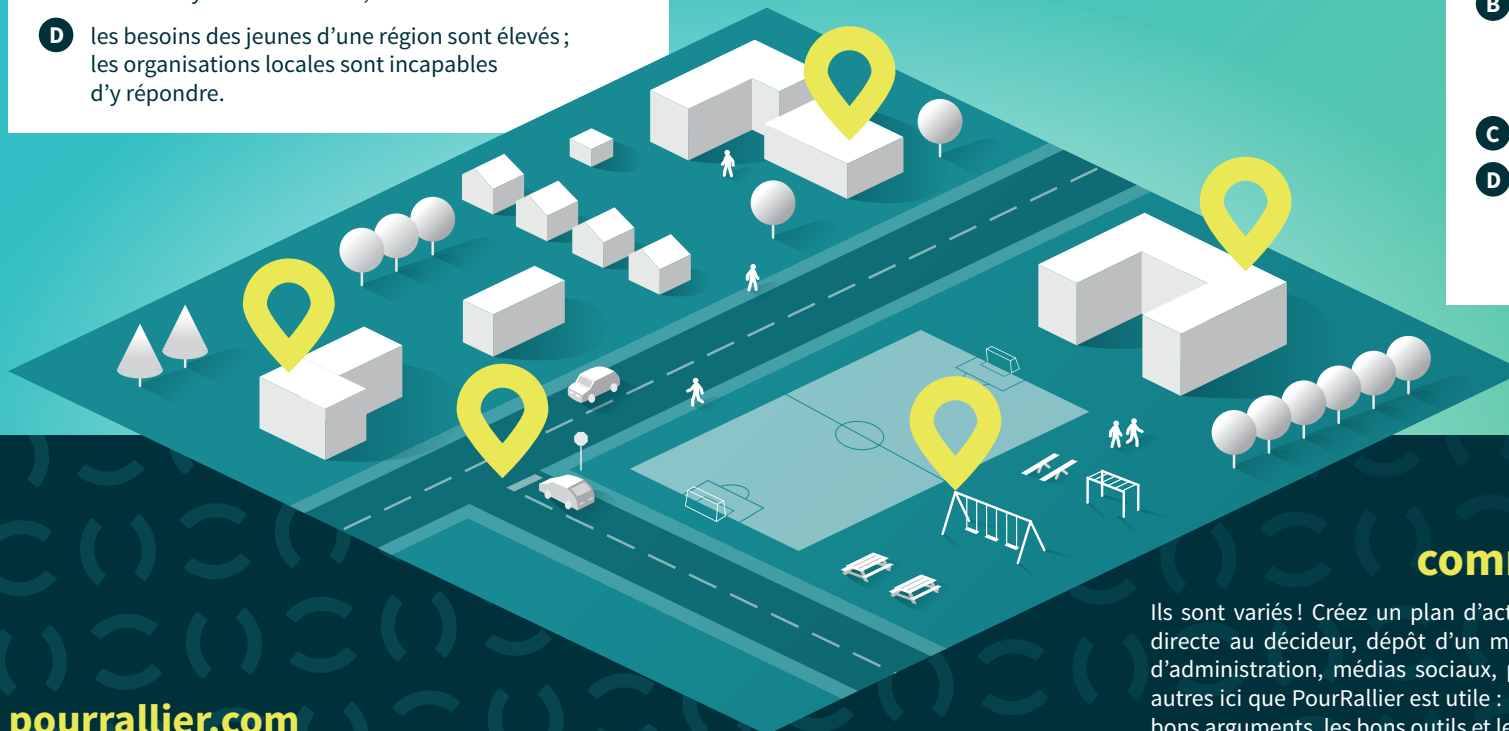
Savoir qui rallier est important en communication d'influence. Les décideurs sont nombreux, mais encore faut-il cibler le bon ! En temps normal, un seul décideur (ou un seul groupe de décideurs) est impliqué dans le cadre d'une démarche de communication d'influence :

- A B** Maire, directeur de commission scolaire, député, direction de service municipal, gestionnaire du milieu de la santé, directeur d'école, etc.
- C D**

## 3 Solutions

Que vous ayez trouvé une solution avant de cibler l'enjeu ou que vous ayez réalisé l'importance d'un enjeu et trouvé une solution, celle-ci demeure très importante. S'il y'a un enjeu précis, mesurable et observable sur lequel vous aimeriez avoir un impact, il vous faut une solution efficace, réaliste, adaptée, éprouvée et documentée. Par exemple :

- A** l'aménagement d'un parc adapté pour les enfants avec handicap ;
- B** la création d'un nouveau programme financier par les municipalités permettant la diversification des médiums de lecture et soutenant la lecture chez les adolescents ;
- C** l'ajout d'un signal d'arrêt à l'intersection ;
- D** l'injection de nouveaux fonds destinés aux organismes de la région visant à les soutenir et à leur permettre l'embauche de nouvelles ressources.



## Moyens de la communication d'influence

Ils sont variés ! Créez un plan d'action efficace : relations médias, communication directe au décideur, dépôt d'un mémoire, déjeuner du maire, réunion du conseil d'administration, médias sociaux, présence dans les événements, etc. C'est entre autres ici que PourRallier est utile : pour vous aider à trouver les bons messages, les bons arguments, les bons outils et les bons canaux dans un contexte précis, pour une personne précise !