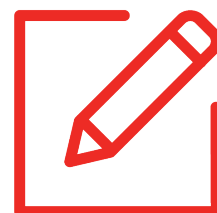


Tenir le carnet de bord de votre campagne

change.org

Savoir raconter sa campagne est l'une des clés d'une mobilisation réussie. Pour tenir en haleine vos soutiens au-delà de leur signature et rassembler une véritable communauté autour de vous, vous aurez besoin d'entretenir la flamme. Pour cela, vous devrez raconter votre quotidien de lanceuse ou lanceur de pétition et transmettre cette expérience à vos soutiens. Rassurez-vous, rien de compliqué. On vous donne toutes les astuces dans cette fiche pratique.



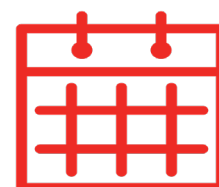
Le carnet de bord : où et quand ?



Le principal outil pour communiquer avec vos signataires est l'outil de mise à jour. Il est accessible depuis le tableau de bord de votre pétition. Vous pouvez aussi communiquer vos carnets de bords sur les réseaux sociaux: Facebook ou Instagram. Cela vous permettra d'engager régulièrement vos amis / followers avec du contenu personnalisé et d'atteindre de nouvelles personnes.

Chaque étape de votre campagne est intéressante pour vos soutiens. Une rencontre avec un décideur, un évènement, une interview ou simplement le fait d'avoir reçu un message de soutien qui vous a touché.e. Nous recommandons d'envoyer ces carnets de bord au moins toutes les deux semaines via l'outil de mise à jour.

Le rythme peut être beaucoup plus régulier notamment sur les réseaux sociaux, jusqu'à une fois par jour.



Embarquement au coeur de votre campagne



Raconter votre expérience à la première personne "je". Mentionner les faits comme si vous racontiez l'histoire à un proche. Plus vous donnerez de détails et plus vos signataires auront l'impression d'avoir été là, à vos côtés.

Limiter votre carnet de bord à une histoire ou un aspect de votre campagne. Il vaut mieux se concentrer sur un seul évènement plutôt que de récapituler un mois entier de campagne par exemple. Vous risqueriez de perdre la lectrice ou le lecteur avec trop de contenu et de trop espacer les communications.

Rédiger au minimum 4 à 5 paragraphes par carnet de bord.

Sélectionner une image ou tout autre visuel pour illustrer votre histoire. Un selfie de vous ou du groupe de vos soutiens locaux par exemple.

Bien faire apparaître #CarnetDeBord dans le titre de vos messages pour que vos lectrices et lecteurs sachent le contenu qu'ils-elles s'apprêtent à lire et créer une attente pour les prochains envois.

Les astuces pour une histoire forte

Court. Privilégiez des phrases courtes pour faciliter la lecture et rendre compte du dynamisme de votre histoire. Ex : "J'ai reçu un appel. C'était la maire." Plutôt que "C'était la maire qui me passait un appel téléphonique."

Précision. Soyez précis dans vos descriptions pour rendre compte de ce qui s'est réellement passé. "Bernard, gérant du bar de ma commune, m'a proposé d'accueillir gratuitement la soirée de soutien et d'offrir une boisson chaude aux participants" Plutôt que "une personne de ma commune a fait acte de solidarité pour m'aider à organiser ma soirée de soutien".

Données. Les données chiffrées sont des vrais arguments pour convaincre et mobiliser mais limitez leur utilisation à une donnée par message pour ne pas perdre la lectrice ou le lecteur.

Adjectifs. Limitez l'utilisation des adjectifs qui ne sont pas toujours précis et utiles pour la compréhension des faits. Ex : "Un témoignage de soutien extraordinaire avec des mots forts et puissants qui m'ont bouleversé" mais plutôt "Voici un témoignage qui m'a bouleversé + citez le témoignage en question"

Emotion. Exprimez vos émotions. Votre ressenti tout au long de votre campagne est très important pour créer de l'empathie avec vos signataires. N'hésitez plus à partager aussi vos émotions.



Enfin et surtout, soyez vous même. Les carnets de bords sont une opportunité unique de renseigner et valoriser tous les efforts que vous faites pour défendre votre cause. C'est aussi le meilleur moyen de faire vivre votre expérience de mobilisation citoyenne aux signataires et leur donner envie, peut-être un jour, de lancer leur propre pétition.

change.org