

# Contrôle de la CCSC

## Normes de qualité de la communication pour le changement social et de comportement

### Pourquoi contrôler la qualité ?

L'assurance qualité (AQ) est essentielle dans la mise en œuvre des programmes de communication pour le changement social et de comportement (CCSC). Veiller systématiquement à l'assurance qualité peut permettre d'empêcher l'apparition de certains problèmes, de détecter ceux qui surviennent et d'avoir constamment des programmes de CCSC de grand impact.

### A quoi sert un contrôle de la CCSC ?

Le contrôle de la CCSC est un instrument d'amélioration des performances et un outil de suivi spécialement conçu pour le processus de communication stratégique. Il offre des normes de performance que les équipes et les comités d'amélioration de la qualité peuvent utiliser pour l'assurance qualité systématique et la planification des mesures d'amélioration de la CCSC.

### Voici un ensemble de procédures proposées pour améliorer la qualité de la CCSC :

- Mettez en place un comité d'amélioration de la CCSC pour examiner et améliorer périodiquement la qualité de la CCSC.
- Utilisez le contrôle de la CCSC à travers les phases de planification, de mise en œuvre, et d'évaluation de la communication stratégique. Effectuez un contrôle de la CCSC avant le démarrage du projet, puis après l'exécution de chaque plan d'amélioration de la qualité. Des contrôles de CCSC sont utiles également lorsque les programmes de CCSC ne donnent pas les résultats attendus.
- Limiter les contrôles de CCSC à des volets particuliers d'un programme de CCSC (une campagne de planification familiale, par exemple) peut s'avérer plus utile que d'effectuer des contrôles combinant plusieurs programmes de communication.
- Chaque contrôle de CCSC dure environ 30 minutes. Les utilisateurs pourront découvrir les points forts, les points à améliorer et fixer des objectifs pour les plans d'amélioration de la qualité.

### Instructions pour le contrôle de CCSC :

**ÉTAPE 1 :** Aller à <http://healthcommcapacity.org/qa-in-sbcc> pour effectuer le contrôle de CCSC en ligne ou continuer à lire pour utiliser la version imprimée. Sélectionner la/les sections qui vous intéressent) : **planification** (pp. 2-4) ; **mise en œuvre** (pp. 5-6) ; **évaluation** (p. 7).

**ÉTAPE 2 :** Une liste des normes est fournie dans chaque section. Examiner la documentation disponible et interroger les membres de l'équipe pour déterminer si chaque norme est respectée. Utiliser la section des commentaires (au bas de chaque tableau) pour documenter la justification des notes particulières.

- **Inscrire la note 0 si la norme n'est pas du tout respectée.** La norme énoncée est inexacte.  
Par exemple, la norme : « Chaque personne a une description d'emploi claire » est inexacte si personne n'a une description d'emploi claire. La note devrait être 0.
- **Inscrire la note 1 si la norme est partiellement respectée.** Une partie de la norme énoncée est exacte, mais une partie est inexacte. La note 1 est également appropriée si l'on évolue vers le respect de la norme.  
Par exemple, la norme : « La théorie du programme est systématiquement appliquée et évoquée » est partiellement exacte si l'équipe utilise une théorie pour la conception des messages mais ne l'utilise pas dans le plan d'évaluation. La note devrait être 1.
- **Inscrire la note 2 si la norme est entièrement respectée.** La norme énoncée est totalement exacte.  
Par exemple, la norme : « Les indicateurs sont valables, fiables, spécifiques, sensibles et opérationnels » est totalement exacte si chaque indicateur remplit toutes ces conditions. La note devrait être 2.

**ÉTAPE 3 :** A la fin de chaque section, additionner toutes les notes pour obtenir la note de la section et voir les interprétations fournies par les codes de couleur.

**ÉTAPE 4 :** Un espace est prévu pour inscrire les points forts, les points faibles, une liste de mesures d'amélioration et la date du prochain contrôle. Le comité d'amélioration de la CCSC doit établir un nouveau contrôle immédiatement après l'exécution de chaque mesure d'amélioration.

**ÉTAPE 5 :** Une liste de ressources pour la planification, la mise en œuvre et l'évaluation d'un programme de CCSC est disponible en ligne (<http://healthcommcapacity.org/qa-in-sbcc>). Des guides supplémentaires sont également disponibles en ligne sur [www.TheHealthCOMPASS.org](http://www.TheHealthCOMPASS.org).

Un glossaire des termes utilisés dans cet outil est fourni à la fin de ce document (pp.8 - 11).



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



# Contrôle de la CCSC : Planification

NOM DU PROJET : \_\_\_\_\_

DATE DU CONTRÔLE : \_\_\_\_\_

SE RENSEIGNER		
<p><i>Note : Non respecté = 0, Partiellement respecté = 1, Entièrement respecté = 2</i>                      Les normes marquées d'un (*) peuvent être utilisées par les chargés de suivi et évaluation pour surveiller les efforts de recherche. Les mots <b>en gras</b> sont définis dans le glossaire.</p>		
PLANIFICATION	<b>Analyses de situation et de canaux</b>	L'équipe de planification et les <b>parties prenantes</b> ont une <b>vision commune</b> pour guider le programme.
		L'équipe de planification et les parties prenantes examinent les données secondaires et mènent des recherches pour combler les lacunes*
		L'équipe de planification et les parties prenantes analysent les obstacles et les facteurs favorables aux comportements de santé
		L'analyse inclut la gravité du problème de santé en termes de prévalence, d'incidence, ou de mortalité
		L'analyse inclut les aspects du problème de santé concernant qui/où/comment : population à risque, zone géographique, période
		L'analyse inclut les facteurs comportementaux/sociaux/économiques/politiques liés au problème de santé
		L'analyse inclut les différences dans l'impact sur la santé selon les caractéristiques du public (le genre, par exemple)
		L'analyse inclut une analyse des canaux qui décrit les canaux disponibles
		L'analyse inclut un <b>énoncé de problème</b> clair
	<b>Aperçu du public</b>	L'analyse inclut les besoins, les motivations, les habitudes, les centres d'intérêt, les ressources, les connaissances, les attitudes et les comportements du public
<b>Partenariats</b>	L'équipe de planification identifie et mobilise les parties prenantes concernées aux plans local et national	
	Des accords formels avec les partenaires sont en place	
STRATÉGIE DE CONCEPTION		
<b>Participation</b>	Les parties prenantes et le public cible participent à la conception du programme	
	L'équipe de planification et les parties prenantes utilisent des critères écrits pour sélectionner les agents de terrain ou les volontaires	
<b>Théorie du programme</b>	L'équipe de planification et les parties prenantes choisissent une théorie ou des théories pour orienter la conception du programme	
	La théorie du programme est appliquée et systématiquement évoquée dans la stratégie de conception	
<b>Segments de public</b>	L'équipe crée des profils démographiques et psychographiques du public (aperçu du public)	
	La stratégie de conception identifie un <b>public principal et un public secondaire (influent)</b>	
	La stratégie de conception segmente le public en fonction de caractéristiques similaires	
	Les segments suivent les conclusions de l'analyse et de l'aperçu du public	
<b>Objectifs</b>	Les objectifs sont Spécifiques, Mesurables, Appropriés, Réalistes et inscrits dans le Temps ( <b>SMART</b> )	
	Les objectifs suivent les conclusions de l'analyse de la situation (le contexte) et la théorie du programme	
	Les objectifs décrivent ce que le public devrait penser, ressentir, et faire	
<b>Approches stratégiques</b>	L'équipe de planification et les parties prenantes choisissent les approches qui contribuent aux objectifs	
	Les approches sont présentées de manière cohérente avec une <b>déclaration de position</b>	

<b>Canaux</b>		Le choix des canaux prend en considération l'accès du public et le rapport coût-efficacité
		Le choix des canaux prend en considération l'analyse du public, l'analyse des canaux, et la théorie du programme
<b>Briefing créatif</b>		Le briefing décrit le problème de santé ciblé, le public principal et le changement de comportement souhaité
		Le briefing décrit le produit/service/comportement souhaité pour chaque segment de public
		Le briefing inclut la <b>promesse clé</b> et les <b>points de soutien</b> qui suivent la théorie du programme et les objectifs
<b>Plan de mise en œuvre</b>		Le plan inclut toutes les activités, le rôle des partenaires, le calendrier, le budget et le plan de gestion
		Le plan inclut les besoins de marketing, les opportunités actuelles et la <b>durabilité</b>
		Le plan suit la théorie du programme, les segments de public, les objectifs et les approches
<b>Plan de S&amp;E</b>		L'équipe de planification et les parties prenantes élaborent un <b>modèle logique</b> ou <b>une théorie du changement*</b>
		Le plan de S&E décrit les sources de données et le calendrier de la collecte des données*
		<b>Les indicateurs</b> sont valides, fiables, spécifiques, sensibles et opérationnels*
		Les indicateurs sont alignés sur les objectifs et la théorie du programme*
		Les indicateurs concernent aussi les comportements (au lieu de mesurer seulement les connaissances et les attitudes)*
<b>CREATE &amp; TEST</b>		
<b>Activités</b>		Les activités sont alignées sur les approches stratégiques et les objectifs
		Les activités sont reliées par des éléments communs du programme
<b>Messages</b>		Les messages sont basés sur les conclusions des analyses et les spécifications du briefing créatif
		Les messages appliquent les <b>7 règles d'or (7 C)</b> pour une communication efficace : <a href="http://www.thehealthcompass.org/how-to-guides/how-design-sbcc-messages">http://www.thehealthcompass.org/how-to-guides/how-design-sbcc-messages</a> (voir étape 6)
		Les messages sont adaptés à chaque segment de public
		Les messages sont techniquement précis
		Les messages sont adaptés au niveau d'alphabétisation du public
		Les messages véhiculent clairement la promesse et/ou l'avantage clé et les points de soutien
		Les messages sont adaptés aux canaux utilisés
		Les messages sont <b>pré-testés</b> auprès du public cible et révisés avant la production finale
<b>Matériel</b>		Le matériel s'appuie sur les conclusions des analyses et les spécifications du briefing créatif
		Le matériel applique les 7 règles d'or (7 C) pour une communication efficace
		Le matériel est techniquement précis
		Le matériel est adapté au niveau d'alphabétisation du public
		Le matériel est pré-testé auprès du public cible et révisé avant la production finale
<b>NOTE DE LA SECTION</b>		
	<b>0 à 63 : ROUGE</b>	<b>64 à 84 : JAUNE</b>
	Le Plan n'apporte pas de fondations assez solides pour la mise en œuvre. Régler les principales préoccupations avant de continuer.	Le programme est en mesure d'atteindre des résultats substantiels.

Aller à <http://healthcommcapacity.org/quality-assurance-social-behavior-change-communication/qa-sbcc-planning> pour trouver des guides et des exemples pour chaque activité liée à la planification d'un programme de CCSC.



# Contrôle de la CCSC : Mise en œuvre

NOM DU PROJET : \_\_\_\_\_

DATE DU CONTRÔLE : \_\_\_\_\_

<b>MOBILISER</b>																	
<p><i>Note : Non respecté = 0, Partiellement respecté = 1, Entièrement respecté = 2</i>                      Les normes marquées d'un (*) peuvent être utilisées par les chargés de suivi et évaluation pour surveiller les efforts de recherche. Les mots <b>en gras</b> sont définis dans le glossaire.</p>																	
MISE EN ŒUVRE	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%; padding: 5px;"><b>Parties prenantes</b></td> <td style="padding: 5px;">L'équipe de mise en œuvre et les <b>parties prenantes</b> soutiennent et adhèrent à la <b>vision</b> du programme</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;">L'équipe de mise en œuvre et les parties prenantes comprennent les rôles et les responsabilités pour la mise en œuvre</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;">L'équipe de mise en œuvre communique ouvertement avec les parties prenantes tout au long de la mise en œuvre</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;">Les partenaires de la mise en œuvre offrent leur expertise au programme</td> </tr> </table>	<b>Parties prenantes</b>	L'équipe de mise en œuvre et les <b>parties prenantes</b> soutiennent et adhèrent à la <b>vision</b> du programme		L'équipe de mise en œuvre et les parties prenantes comprennent les rôles et les responsabilités pour la mise en œuvre		L'équipe de mise en œuvre communique ouvertement avec les parties prenantes tout au long de la mise en œuvre		Les partenaires de la mise en œuvre offrent leur expertise au programme								
	<b>Parties prenantes</b>	L'équipe de mise en œuvre et les <b>parties prenantes</b> soutiennent et adhèrent à la <b>vision</b> du programme															
		L'équipe de mise en œuvre et les parties prenantes comprennent les rôles et les responsabilités pour la mise en œuvre															
		L'équipe de mise en œuvre communique ouvertement avec les parties prenantes tout au long de la mise en œuvre															
		Les partenaires de la mise en œuvre offrent leur expertise au programme															
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%; padding: 5px;"><b>Effectifs &amp; capacités</b></td> <td style="padding: 5px;">Un membre du personnel est affecté à la direction de chaque activité de mise en œuvre</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;">Tous les membres du personnel partagent une vision commune et comprennent leurs contributions au programme</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;">Chaque personne a une description d'emploi claire</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;">L'équipe de mise en œuvre dispose du matériel nécessaire pour soutenir la mise en œuvre, en particulier en ce qui concerne la communication interpersonnelle et les activités de mobilisation communautaire</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;"><b>Les capacités de CCSC</b> de l'équipe de mise en œuvre sont évaluées et renforcées</td> </tr> </table>	<b>Effectifs &amp; capacités</b>	Un membre du personnel est affecté à la direction de chaque activité de mise en œuvre		Tous les membres du personnel partagent une vision commune et comprennent leurs contributions au programme		Chaque personne a une description d'emploi claire		L'équipe de mise en œuvre dispose du matériel nécessaire pour soutenir la mise en œuvre, en particulier en ce qui concerne la communication interpersonnelle et les activités de mobilisation communautaire		<b>Les capacités de CCSC</b> de l'équipe de mise en œuvre sont évaluées et renforcées						
	<b>Effectifs &amp; capacités</b>	Un membre du personnel est affecté à la direction de chaque activité de mise en œuvre															
		Tous les membres du personnel partagent une vision commune et comprennent leurs contributions au programme															
		Chaque personne a une description d'emploi claire															
		L'équipe de mise en œuvre dispose du matériel nécessaire pour soutenir la mise en œuvre, en particulier en ce qui concerne la communication interpersonnelle et les activités de mobilisation communautaire															
		<b>Les capacités de CCSC</b> de l'équipe de mise en œuvre sont évaluées et renforcées															
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%; padding: 5px;"><b>Mise en œuvre de l'activité</b></td> <td style="padding: 5px;"><b>Les activités/les messages/le matériel</b> sont conformes à la <b>stratégie de conception</b></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;">Les activités/ les messages/ le matériel atteignent les <b>segments de public</b> visés</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;">Les activités/ les messages/ le matériel sont utilisés assez fréquemment pour produire un changement de comportement</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;">Les activités/ les messages/ le matériel sont délivrés en respectant le <b>plan de mise en œuvre</b></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;">Les activités/ les messages/ le matériel utilisent une <b>combinaison de canaux</b> conforme à la stratégie de conception</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;"><b>Les canaux</b> délivrent le bon message au public cible aux moments cruciaux</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;">L'ordre des activités est approprié pour le changement de comportement souhaité</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;">L'équipe dispose d'un document qui permet de vérifier si les activités contribuent aux <b>objectifs</b></td> </tr> </table>	<b>Mise en œuvre de l'activité</b>	<b>Les activités/les messages/le matériel</b> sont conformes à la <b>stratégie de conception</b>		Les activités/ les messages/ le matériel atteignent les <b>segments de public</b> visés		Les activités/ les messages/ le matériel sont utilisés assez fréquemment pour produire un changement de comportement		Les activités/ les messages/ le matériel sont délivrés en respectant le <b>plan de mise en œuvre</b>		Les activités/ les messages/ le matériel utilisent une <b>combinaison de canaux</b> conforme à la stratégie de conception		<b>Les canaux</b> délivrent le bon message au public cible aux moments cruciaux		L'ordre des activités est approprié pour le changement de comportement souhaité		L'équipe dispose d'un document qui permet de vérifier si les activités contribuent aux <b>objectifs</b>
	<b>Mise en œuvre de l'activité</b>	<b>Les activités/les messages/le matériel</b> sont conformes à la <b>stratégie de conception</b>															
		Les activités/ les messages/ le matériel atteignent les <b>segments de public</b> visés															
		Les activités/ les messages/ le matériel sont utilisés assez fréquemment pour produire un changement de comportement															
		Les activités/ les messages/ le matériel sont délivrés en respectant le <b>plan de mise en œuvre</b>															
	Les activités/ les messages/ le matériel utilisent une <b>combinaison de canaux</b> conforme à la stratégie de conception																
	<b>Les canaux</b> délivrent le bon message au public cible aux moments cruciaux																
	L'ordre des activités est approprié pour le changement de comportement souhaité																
	L'équipe dispose d'un document qui permet de vérifier si les activités contribuent aux <b>objectifs</b>																
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%; padding: 5px;"><b>Contextualisation</b></td> <td style="padding: 5px;">Le programme est actualisé pour demeurer pertinent par rapport au contexte et aux réalités</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;">Le programme est en coordination avec les autres programmes de la région</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;">Le programme fait face aux défis et aux nouvelles informations</td> </tr> </table>	<b>Contextualisation</b>	Le programme est actualisé pour demeurer pertinent par rapport au contexte et aux réalités		Le programme est en coordination avec les autres programmes de la région		Le programme fait face aux défis et aux nouvelles informations											
<b>Contextualisation</b>	Le programme est actualisé pour demeurer pertinent par rapport au contexte et aux réalités																
	Le programme est en coordination avec les autres programmes de la région																
	Le programme fait face aux défis et aux nouvelles informations																
<b>ASSURER LE SUIVI</b>																	
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%; padding: 5px;"><b>Supervision</b></td> <td style="padding: 5px;">Le/les superviseur(s) effectuent et documentent des contrôles réguliers sur les activités du programme avec le personnel de terrain</td> </tr> </table>	<b>Supervision</b>	Le/les superviseur(s) effectuent et documentent des contrôles réguliers sur les activités du programme avec le personnel de terrain															
<b>Supervision</b>	Le/les superviseur(s) effectuent et documentent des contrôles réguliers sur les activités du programme avec le personnel de terrain																
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%; padding: 5px;"><b>Système de suivi</b></td> <td style="padding: 5px;">L'équipe de mise en œuvre dispose de formulaires permettant de notifier les progrès réalisés</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;">L'équipe de mise en œuvre discute régulièrement des données de suivi et agit en conséquence</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;">Les activités de suivi surveillent si la mise en œuvre des activités respecte bien le plan de mise en œuvre*</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;">Les activités de suivi surveillent la portée et l'effet visés*</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;">Les activités de suivi surveillent les effets imprévus et inattendus*</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;">L'équipe de mise en œuvre utilise les données pour ajuster le plan, la stratégie, les activités/ les messages/ le matériel</td> </tr> </table>	<b>Système de suivi</b>	L'équipe de mise en œuvre dispose de formulaires permettant de notifier les progrès réalisés		L'équipe de mise en œuvre discute régulièrement des données de suivi et agit en conséquence		Les activités de suivi surveillent si la mise en œuvre des activités respecte bien le plan de mise en œuvre*		Les activités de suivi surveillent la portée et l'effet visés*		Les activités de suivi surveillent les effets imprévus et inattendus*		L'équipe de mise en œuvre utilise les données pour ajuster le plan, la stratégie, les activités/ les messages/ le matériel					
<b>Système de suivi</b>	L'équipe de mise en œuvre dispose de formulaires permettant de notifier les progrès réalisés																
	L'équipe de mise en œuvre discute régulièrement des données de suivi et agit en conséquence																
	Les activités de suivi surveillent si la mise en œuvre des activités respecte bien le plan de mise en œuvre*																
	Les activités de suivi surveillent la portée et l'effet visés*																
	Les activités de suivi surveillent les effets imprévus et inattendus*																
	L'équipe de mise en œuvre utilise les données pour ajuster le plan, la stratégie, les activités/ les messages/ le matériel																
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%; padding: 5px;"><b>Examen de la conception</b></td> <td style="padding: 5px;">L'équipe de mise en œuvre examine régulièrement le plan, la stratégie, les activités/ les messages/le matériel</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;">L'équipe de mise en œuvre opère des modifications pour améliorer l'efficacité et documente ces modifications</td> </tr> </table>	<b>Examen de la conception</b>	L'équipe de mise en œuvre examine régulièrement le plan, la stratégie, les activités/ les messages/le matériel		L'équipe de mise en œuvre opère des modifications pour améliorer l'efficacité et documente ces modifications													
<b>Examen de la conception</b>	L'équipe de mise en œuvre examine régulièrement le plan, la stratégie, les activités/ les messages/le matériel																
	L'équipe de mise en œuvre opère des modifications pour améliorer l'efficacité et documente ces modifications																

**NOTE DE LA SECTION**

**0 à 34 : ROUGE**

Certaines lacunes empêchent le programme d'atteindre son plein potentiel. Régler les principales préoccupations avant de continuer.

**35 à 46 : JAUNE**

Le programme est susceptible d'atteindre ses objectifs, mais il peut être sensiblement amélioré.

**47 à 58 : VERT**

Le programme est en mesure d'atteindre des résultats substantiels.

Aller à <http://healthcommcapacity.org/quality-assurance-social-behavior-change-communication/qa-sbcc-implementation> pour trouver des guides et des exemples pour chaque activité liée à la mise en œuvre d'un programme de CCSC.

**COMMENTAIRES :** \_\_\_\_\_

---

---

---

**POINTS FORTS :** \_\_\_\_\_

---

---

---

**POINTS FAIBLES :** \_\_\_\_\_

---

---

---

**MESURES D'AMÉLIORATION :** \_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**DATE DU PROCHAIN CONTRÔLE :** \_\_\_\_\_

# Contrôle de la CCSC : Évaluation

NOM DU PROJET : \_\_\_\_\_

DATE DU CONTRÔLE : \_\_\_\_\_

<b>ÉVALUER</b>							
<i>Note : Non respecté = 0, Partiellement respecté = 1, Entièrement respecté = 2</i> Les normes marquées d'un (*) peuvent être utilisées par les chargés de suivi et évaluation pour surveiller les efforts de recherche. Les mots <b>en gras</b> sont définis dans le glossaire.							
ÉVALUATION	<b>Plan d'évaluation</b>						
	L'équipe d'évaluation et les <b>parties prenantes</b> indiquent l'objet des efforts d'évaluation						
	Le Plan d'évaluation inclut les méthodes de test du <b>modèle logique</b> du programme ou de la <b>théorie du changement</b>						
	Le Plan d'évaluation inclut des <b>indicateurs</b> correspondant à l'objet de l'évaluation						
	Le Plan d'évaluation inclut une conception (notamment des méthodes qualitatives, quantitatives, participatives, mixtes, etc.) correspondant à l'objet de l'évaluation						
	<b>Analyse d'impact</b>						
	L'analyse inclut de multiples sources de données pour assurer la validité des résultats						
	L'analyse teste les relations entre les activités du programme, l'exposition au programme et les résultats souhaités du programme						
	L'analyse inclut une théorie du changement						
	L'analyse répond à différents <b>critères d'attribution causale</b>						
<b>ÉVOLUER</b>							
<b>Diffusion</b>	L'équipe d'évaluation diffuse les résultats et les enseignements parmi les parties prenantes						
	Les résultats incluent la discussion des activités du programme qui peuvent être intensifiées						
<b>Utilisation</b>	Les résultats sont utilisés pour réviser ou revoir la conception du programme						
<b>NOTE DE LA SECTION</b>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%; background-color: #ff0000; color: white; text-align: center; padding: 5px;"><b>0 à 13 : ROUGE</b></td> <td style="width: 33%; background-color: #ff9900; color: white; text-align: center; padding: 5px;"><b>14 à 17 : JAUNE</b></td> <td style="width: 33%; background-color: #008000; color: white; text-align: center; padding: 5px;"><b>18 à 22 : VERT</b></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px; font-size: 0.8em;">Revoir les techniques d'évaluation pour en tirer le plus de leçons possibles.</td> <td style="padding: 5px; font-size: 0.8em;">Les techniques d'évaluation sont satisfaisantes, mais elles peuvent être améliorées pour contribuer à la communauté de CCSC.</td> <td style="padding: 5px; font-size: 0.8em;">Les leçons apprises sont susceptibles d'influencer les programmes et les affectations de financement futurs.</td> </tr> </table> </div>	<b>0 à 13 : ROUGE</b>	<b>14 à 17 : JAUNE</b>	<b>18 à 22 : VERT</b>	Revoir les techniques d'évaluation pour en tirer le plus de leçons possibles.	Les techniques d'évaluation sont satisfaisantes, mais elles peuvent être améliorées pour contribuer à la communauté de CCSC.	Les leçons apprises sont susceptibles d'influencer les programmes et les affectations de financement futurs.
<b>0 à 13 : ROUGE</b>	<b>14 à 17 : JAUNE</b>	<b>18 à 22 : VERT</b>					
Revoir les techniques d'évaluation pour en tirer le plus de leçons possibles.	Les techniques d'évaluation sont satisfaisantes, mais elles peuvent être améliorées pour contribuer à la communauté de CCSC.	Les leçons apprises sont susceptibles d'influencer les programmes et les affectations de financement futurs.					

Aller à <http://healthcommcapacity.org/quality-assurance-social-behavior-change-communication/qa-sbcc-evaluation> pour trouver des guides et des exemples pour chaque activité liée à l'évaluation d'un programme de CCSC.

COMMENTAIRES: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

POINTS FORTS : \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

POINTS FAIBLES : \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

MESURES D'AMÉLIORATION :

\_\_\_\_\_

DATE DU PROCHAIN CONTRÔLE : \_\_\_\_\_

<b>Les 7 C</b>	Les 7 règles d'or (7 C) d'une communication efficace servent de liste de contrôle pour s'assurer que les messages sont intéressants, clairs et efficaces pour toucher le public : commander l'attention, clarifier le message, communiquer un avantage, la cohérence compte, créer la confiance, captiver les cœurs et l'esprit et appeler à l'action (Command Attention, Clarify the Message, Communicate a Benefit, Consistency Counts, CreateTrust, Cater to the Heart and Head and Call to Action).
<b>Activités</b>	Elles peuvent inclure les activités de plaider, de médias à base communautaire, de mobilisation communautaire, de conseil, d'apprentissage à distance, de technologies d'information et de communication, de communication interpersonnelle/communication par les pairs, de mass-médias, de mobilisation sociale et les activités d'appui par les médias/médias de proximité.
<b>Analyse du public</b>	Une analyse du public est un processus servant à identifier et comprendre les publics prioritaires et les publics influents pour une stratégie de CCSC. Les publics prioritaires et influents sont ces personnes dont le comportement doit changer pour permettre d'améliorer la situation sanitaire.
<b>Aperçu du public</b>	L'aperçu du public renvoie à une compréhension des motivations émotionnelles et des besoins du public. Un aperçu va au-delà des données démographiques descriptives, telles que l'âge, le genre ou le niveau de revenu, et décrit un élément d'information clé concernant la manière dont le public se sent en relation avec un produit, un service ou un comportement spécifique. Un énoncé de l'aperçu du public comporte deux volets fondamentaux : un résumé de la compréhension des besoins identifiés du public et le problème clé rencontré par ce public en tentant de répondre à ce besoin.
<b>Segments de public</b>	La segmentation du public est une activité essentielle de l'analyse du public. C'est le processus qui consiste à scinder un large public en petits groupes de personnes – ou segments – qui présentent des besoins, des valeurs ou des caractéristiques semblables. La segmentation reconnaît que différents groupes réagiront différemment aux messages et aux interventions de communication pour le changement social et de comportement (CCSC).
<b>Analyse des canaux</b>	Un élément du processus d'élaboration d'un plan de combinaison des canaux consiste à évaluer les canaux qui sont disponibles pour le(s) public(s) prioritaire(s) et l'efficacité qu'auront ces canaux pour toucher ces publics.
<b>Combinaison de canaux</b>	Un plan de combinaison de canaux pour un programme de communication pour le changement social et de comportement (CCSC) est un document stratégique qui identifie les types de canaux de communication qui sont susceptibles de mieux toucher le public prioritaire pour faire passer les messages et l'association optimale de canaux qui permet d'obtenir une portée et une efficacité optimales des messages. Enfin, la combinaison de canaux retenue pour le programme dépend du paysage de la communication, des caractéristiques du public, des objectifs et des messages du programme, de sa portée et de son intensité, ainsi que du budget.
<b>Canaux</b>	Les communicateurs de la santé ont défini les canaux de communication comme étant des modes de transmission qui permettent aux messages d'être échangés entre les « émetteurs » et les « récepteurs ».
<b>Vision commune</b>	La vision permettra d'enraciner votre stratégie en énonçant ce que vous espérez réaliser. Votre vision devrait être acceptée par les parties prenantes impliquées dans le processus de conception de la stratégie et sera donc « partagée » par tous. Cette déclaration de vision partagée clarifie ce qui est important, illustre ce que vous souhaitez voir se réaliser à l'avenir et oriente le processus de conception et d'élaboration de la stratégie.
<b>Créer et tester</b>	Créer et tester constitue la troisième étape du processus de communication. À cette étape, vous concevez, testez, révisez et réalisez les produits de communication terminaux, notamment le matériel, les activités et les processus.
<b>Briefing créatif</b>	Un briefing créatif est un bref document écrit utilisé par les responsables de projets et les professionnels de la création pour guider l'élaboration du matériel de création (par exemple, les pièces de théâtre, les films, la conception de visuels, la copie narrative, la publicité, les sites web, les slogans) à utiliser dans les campagnes de communication. Généralement, ce document ne dépasse pas deux pages et il établit l'orientation, définit le(s) public(s), met l'accent sur les messages clés et montre les résultats souhaités pour une campagne ou du matériel de CCSC.
<b>Critères d'attribution causale</b>	Il s'agit notamment de : la force, l'uniformité, la spécificité, la temporalité, la relation dose-réponse, la plausibilité, la cohérence et la prise en compte des facteurs de confusion (consulter <a href="https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1898525/pdf/procrsmed00196-0010.pdf">https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1898525/pdf/procrsmed00196-0010.pdf</a> pour de plus amples informations).



<b>Stratégie de conception</b>	La Stratégie de la conception incorpore ce qui a été appris lors de l'étape consistant à se renseigner et utilise les informations recueillies pour élaborer un plan stratégique visant à atteindre les objectifs du programme. Cette étape met l'accent sur l'élaboration de la stratégie de communication, qui inclut des informations issues de l'analyse de la situation, les objectifs de communication, la segmentation du public, les approches du programme, un plan de travail et un plan de suivi et évaluation.
<b>Évaluer et évoluer</b>	Évaluer et évoluer constitue la cinquième étape du processus de communication. Au niveau de cette étape, vous évaluez votre programme et utilisez les leçons apprises pour éclairer l'élaboration de programmes futurs.
<b>Plan de mise en œuvre</b>	Le plan de mise en œuvre détaille les éléments de votre stratégie de communication concernant qui, quoi, quand et combien. Le plan couvre les rôles et les responsabilités des partenaires, les activités, le calendrier, ainsi que les questions budgétaires et managériales.
<b>Indicateurs</b>	Les indicateurs sont des outils qui servent à mesurer les progrès du programme de communication pour le changement social et de comportement (CCSC). Ils sont utilisés pour évaluer l'état d'un programme, en définissant ses caractéristiques ou ses variables, puis en assurant le suivi des changements de ces caractéristiques au fil du temps ou entre les groupes.
<b>Se renseigner</b>	Se renseigner vise à avoir une compréhension plus approfondie du problème de CCSC dans un contexte spécifique et des déterminants sociaux et comportementaux qui facilitent ou freinent l'adoption du/des comportement(s) souhaité(s). Se renseigner consiste à faire une analyse de la situation basée sur les données et les faits probants de la recherche au niveau du pays qui sont disponibles.
<b>Promesse clé</b>	La promesse clé est l'information centrale à faire passer dans tous les messages et activités. C'est la base des messages à proprement parler.
<b>Modèle logique/ théorie du changement</b>	Les modèles logiques sont des outils de planification de programmes qui définissent les intrants, les extrants et les effets d'un programme, en vue d'expliquer l'idée qui sous-tend la conception du programme et de montrer comment des activités spécifiques du programme entraînent les résultats souhaités. Les intrants incluent les ressources, les contributions et les investissements fournis à un programme ; les extrants sont les activités, les services, les événements et les produits qui touchent le public principal du programme ; et les effets sont les résultats ou les changements liés à l'intervention du programme dont bénéficient le public principal.
<b>Matériel</b>	Le matériel, ce sont les principaux moyens par lesquels les programmes de santé délivrent des messages de communication pour le changement social et de comportement (CCSC). Il existe plusieurs types de matériel de CCSC : des brochures imprimées, le script d'une annonce publicitaire télévisée, un guide pour la facilitation d'une discussion de groupe, une page Facebook ou un jeu sur internet, par exemple. L'élaboration du matériel réunit les messages les plus efficaces et le matériel pour la meilleure association de canaux – la combinaison de canaux – en vue de toucher et d'influencer les publics prioritaires.
<b>Messages</b>	Dans la communication pour le changement social et de comportement (CCSC), un message est un énoncé contenant des points d'information clés qu'un programme souhaite communiquer à un public en vue d'encourager un changement de comportement. La conception de messages est le processus qui consiste à relier des aperçus du public prioritaire avec les informations clés que le public a besoin de connaître en vue de susciter le changement souhaité par le programme. Les messages bien conçus et réussis sont simples, faciles à mémoriser, faciles à comprendre, culturellement appropriés et significatifs pour le public. La conception de ces messages découle d'un briefing créatif clair qui montre ce que l'intervention de communication vise à atteindre.
<b>Assurer la mobilisation et le suivi</b>	Assurer la mobilisation et le suivi constitue la quatrième étape du processus de communication. À cette étape, vous mobilisez vos partenaires, mettez en œuvre votre programme et assurez le suivi de son évolution.
<b>Plan de suivi et évaluation (S&amp;E)</b>	AUn plan de suivi et évaluation (S&E) est un document qui permet de suivre et d'évaluer les résultats des interventions tout au long de la vie d'un programme. C'est un document évolutif auquel l'on doit se référer et qui doit être actualisé de manière régulière. Même si les éléments spécifiques de chaque plan de S&E de programme apparaîtront différents, ils doivent tous suivre la même structure de base et inclure les mêmes éléments clés.

<b>Objectifs</b>	« Les objectifs de communication reflètent les besoins du public visé, ainsi que les objectifs fixés par le programme ou l'organisme de financement. Ils indiquent de manière claire et concise : <ul style="list-style-type: none"> <li>• le changement souhaité au niveau du comportement, des normes sociales ou des politiques ;</li> <li>• l'effet de changement visé ;</li> <li>• le calendrier requis pour le changement ».</li> </ul>
<b>Participation</b>	La communication de santé stratégique doit être éclairée par un groupe solide de partenaires du programme, de décideurs, de membres du public et d'experts techniques. Ils n'ont pas tous besoin d'être présents à toutes les réunions, mais il est important de réunir l'ensemble de l'équipe à certains points cruciaux du processus de planification et de mise en œuvre, par exemple lors de l'atelier sur la stratégie de conception et lors du démarrage du projet. Il est également essentiel d'obtenir une large participation au cours de la mise en œuvre ; ceci permet de développer l'appropriation du projet et représente la première étape vers la voie de la durabilité.
<b>Partenaires/ partenariats</b>	Les organisations qui travaillent à faire progresser le même problème de santé ou la même question sociale. Peuvent figurer au nombre des partenaires différents ministères gouvernementaux, les organisations locales non gouvernementales, communautaires ou de la société civile, les organisations internationales non gouvernementales, les fondations et les entreprises du secteur privé.
<b>Déclaration de position</b>	Le positionnement est une façon d'amener une question, comme l'allaitement maternel par exemple, à occuper un espace particulier dans l'esprit du public. C'est une façon de faire ressortir la question et la manière dont le programme souhaite que les gens voient et ressentent le problème. Une déclaration de position est une phrase qui appréhende ce que le comportement, le produit ou le service du programme représente dans l'esprit du public.
<b>Pré-test</b>	Effectuer le pré-test, c'est un processus qui consiste à réunir des membres du public prioritaire pour réagir aux éléments d'une campagne de communication avant que ceux-ci ne soient produits sous leur forme définitive. Le pré-test mesure la réaction du groupe d'individus retenu et permet de déterminer si le public prioritaire trouvera les éléments – généralement la première version du matériel – compréhensibles, crédibles et attrayants.
<b>Public principal</b>	Ce terme renvoie à un groupe de personnes dont le comportement doit changer en vue d'améliorer la situation sanitaire. C'est le groupe le plus important à cibler, parce qu'il a le pouvoir de réaliser les changements auxquels appelle le programme de CCSC. Il peut s'agir des personnes qui sont directement touchées par le problème ou qui sont les plus à risque face au problème. Ou alors, il peut s'agir des personnes qui sont les plus à même de prendre en charge le problème ou qui peuvent prendre des décisions au nom des personnes affectées.
<b>Énoncé de problème</b>	L'énoncé du problème central donne les informations clés sur les raisons pour lesquelles il y a une différence entre la Vision (ce que vous voulez voir advenir) et la situation actuelle (ce qui se passe maintenant).
<b>Théorie de programme</b>	Une théorie de programme est une explication du programme concernant les raisons pour lesquelles le programme pense que le public visé agit de la manière dont il agit et ses suppositions sur la manière dont ce public se comportera ou changera après l'exposition au programme de CCSC.
<b>Capacités de CCSC</b>	Ce terme renvoie à la capacité des partenaires nationaux à planifier, mettre en œuvre et évaluer des programmes de CCSC de qualité.
<b>Public secondaire (influent)</b>	Ce terme renvoie aux personnes qui influencent le public principal, soit directement soit indirectement. Les publics influents peuvent inclure les membres de la famille et les personnes faisant partie de la communauté, comme les prestataires de services, les leaders communautaires et les enseignants, mais peut également inclure les personnes qui façonnent les normes sociales, influencent les politiques ou influencent les idées que les gens ont par rapport au problème.
<b>Analyse de la situation</b>	Une analyse de la situation ou une analyse environnementale est la première étape fondamentale du processus de communication pour le changement social et de comportement (CCSC). Elle implique la collecte et l'étude systématiques des données de santé et démographiques, ainsi que les résultats de l'étude et d'autres informations contextuelles, afin d'identifier et de comprendre la question de santé spécifique à prendre en compte. Cette analyse examine la situation actuelle de la question de la santé, ainsi que le contexte social, économique, politique et sanitaire dans lequel existe la question, et établit la vision pour le programme de CCSC.

<b>SMART</b>	<p>Un objectif SMART est :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spécifique : Est-ce que l'objectif indique sur qui ou sur quoi se focalise l'effort ? Est-ce que cet objectif indique quel type de changement est visé ? Est-ce que l'objectif couvre un seul problème ?</li> <li>• Mesurable : Est-ce que votre objectif peut être mesuré d'une façon ou d'une autre ? Est-ce que l'objectif inclut un volume ou une proportion vérifiable du changement attendu ?</li> <li>• Approprié : Est-ce que l'objectif est sensible aux besoins et aux préférences du public ? Est-ce que l'objectif est sensible aux normes et aux attentes de la société ?</li> <li>• Réaliste : Pouvez-vous atteindre de manière réaliste l'objectif avec le temps et les ressources disponibles ? Est-ce que le degré de changement attendu est raisonnable par rapport à ces conditions ?</li> <li>• Inscrit dans le Temps : Est-ce que l'objectif indique la période prévue pour réaliser le changement ?</li> </ul>
<b>Parties prenantes</b>	Le terme renvoie aux personnes qui sont touchées ou ont un intérêt direct ou sont impliquées d'une manière ou d'une autre par rapport au problème identifié pendant l'analyse de la situation.
<b>Approches stratégiques</b>	Les approches stratégiques décrivent comment les objectifs seront atteints. Elles orientent l'élaboration et la mise en œuvre des activités et déterminent les moyens, les outils et la combinaison de médias qu'utilisera votre équipe. Les approches stratégiques sont souvent dépeintes à l'aide d'un cadre stratégique, qui montre comment les activités contribueront aux objectifs.
<b>Points de soutien</b>	Les points de soutien sont des informations qui appuient l'avantage clé. Ils disent au public pourquoi ils devraient croire qu'ils recevront effectivement l'avantage promis. Il peut s'agir de faits, de témoignages, de soutien de célébrités ou de leaders d'opinion, de comparaisons ou de garanties.
<b>Durabilité</b>	Les facteurs de durabilité incluent des aspects institutionnels, financiers et programmatiques. La continuité doit être en place au niveau organisationnel, au niveau des leaders et au niveau de la communauté des donateurs, pour s'assurer que les efforts de communication stratégique réalisent un impact à long terme.