

## MISE EN SCENE D'UN MESSAGE

### Objectif :

Optimiser le degré d'écoute, d'adhésion et de mémoire d'un groupe recevant un message au cours d'une séquence de communication interne dans une entreprise ou une collectivité.

### Méthodologie :

- Définition avec le décideur des objectifs concrets devant être atteints à l'issue de la séquence
- Prise en compte du contexte : Climat général, points forts et points faibles, historique et poids du passé, image du décideur.....
- Fixation d'un budget avec fourchette de souplesse
- Proposition d'un scénario (amendement, nouvelle formulation...)
- Mise en place du « casting »
- Détermination de la « production » (directe et indirecte)
- Fixation du plan d'action
- Participation à la préparation et à l'action ; Evaluation a posteriori

### Les axes de conception :

- Utilisation du ludique (jouer sur « l'enfant » de l'auditoire ou du groupe)
- Utilisation de l'image (notamment par la vidéo)
- Recherche de l'interaction et de la participation
- Respect de la notion de rythme
- Respect de la nécessité du « bien-être » (les différents besoins)
- Recherche de la dimension événementielle : Donner de la sensation
- Souci de la notion de suite ; augmenter l'envie d'appartenance, etc, etc, .....

*Le meilleur impact dans un budget donné*