EN QUOI CONSISTE CET OUTIL ?

Cet outil offre un aperçu des différents formats de partage des données de retour d'information des communautés. Le retour d'information de la communauté peut être partagé à des fins très diverses, notamment le traitement de commentaires spécifiques, l'apprentissage et l'adaptation au sens large, le plaidoyer en faveur de l'action et la transparence du processus de retour d'information.

COMMENT UTILISER CE GUIDE ?

Le tableau ci-dessous donne un aperçu des différentes façons de partager et de présenter le retour d'information de la communauté. Des conseils sur les meilleures pratiques et les choses à éviter sont fournis pour chaque format ainsi que les avantages et inconvénients respectifs des différents formats.

Quel que soit le format choisi, il est important de :

* Ne jamais diffuser un produit d'information sans préciser la date de publication, l'organisation/l'auteur (ou les auteurs) et l'adresse de contact pour les personnes du public susceptibles de poser des questions supplémentaires ou de fournir un retour d'information.
* Tenir compte des capacités humaines qui régissent la façon dont nous digérons visuellement les données, y compris la façon de placer stratégiquement les éléments sur une page par ordre de priorité ou de chronologie.
* Veiller à obtenir le consentement éclairé de toute personne ou entité figurant dans la publication, conformément aux lignes directrices éthiques en vigueur dans votre contexte.
* Demander l'avis du public visé sur le format du rapport et adaptez les produits finaux à ses besoins.
* Prévoir d'utiliser des mesures qui évaluent l'attrait et l'utilisation de votre produit d'information par le public visé.

Informations clés à inclure dans la plupart des produits d'information :

* Détails sur la manière dont le retour d'information a été recueilli, auprès de qui, où, quand et par qui.
* Description de la méthodologie d'analyse utilisée et conseils sur la manière dont les résultats peuvent être interprétés. Un retour d'information ouvert et non structuré est généralement reçu sans méthode d'échantillonnage et il est important de souligner que les résultats ne peuvent pas être extrapolés à l'ensemble de la communauté afin d'éviter les malentendus et les fausses attentes.
* Mettez en évidence les principales tendances et différences :
  + Quels sont les questions ou les sujets les plus courants ?
  + À quels secteurs ou programmes se rattachent-ils ?
  + Quelles sont les caractéristiques des personnes qui ont fait part de ce type de retour d'information ? (groupes démographiques ou lieux)
  + Existe-t-il des différences significatives entre les groupes démographiques, les lieux et les canaux de retour d'information ?
  + Certaines personnes ont-elles fait part d'un retour d'information différent des tendances principales (« valeurs aberrantes ») ? Si oui, quelles sont leurs caractéristiques ?
  + Y a-t-il eu des commentaires susceptibles de nuire à l'écosystème de l'information, tels que des rumeurs ou des informations erronées ?
  + Y a-t-il des changements significatifs au fil du temps ? Les thèmes les plus courants de ce rapport sont-ils les mêmes ou différents de ceux du dernier rapport ?
* Incluez un bref résumé pour mettre en évidence les principales tendances, votre interprétation et les idées tirées de la **comparaison des données** avec d'autres sources. Cela peut inclure des références à d'autres sources qui corroborent les résultats, ainsi qu'une analyse de ce que les principales tendances peuvent signifier pour l'opération, votre organisation ou le contexte local de manière plus générale.
* Incluez des **données supplémentaires** si elles contribuent à clarifier le point, la question ou la réponse. Il peut s'agir d'informations contextuelles, de détails sur l'opération, de précisions sur la communauté, d'un retour d'information plus ancien ou d'informations provenant de pairs et de partenaires.
* Incluez des **citations** lorsque vous rendez compte d'un retour d'information ouvert et non structuré. Lors de l'inclusion des citations, mentionnez les caractéristiques démographiques de la personne qui a fait part de son commentaire, ainsi que le lieu où il a été reçu, à condition que cette information ne permette pas d'identifier l'auteur du retour d'information.
* Incluez des **recommandations initiales** pour susciter la réflexion et faites le point sur les mesures prises sur la base des recommandations précédentes.

Répondez à la question : « Et alors ? »

Souvent, les collègues ou les dirigeants sont en mesure de comprendre le retour d'informations mais ne savent pas ce qu'ils doivent faire. Il est bon de proposer des options ou des recommandations sur ce qu'il convient de faire avec le retour d'informations. Elles ne doivent pas être trop contraignantes, car les détails devront être discutés, mais elles peuvent servir de point de départ à une discussion et à une action ultérieure. Les recommandations peuvent inclure les domaines à explorer davantage par le biais d'une collecte de données, d'une discussion et d'une analyse supplémentaires. Reliez le retour d'informations et les recommandations à l'opération et aux problèmes rencontrés par l'opération. Qu'est-ce que cela signifie pour le moment dans l'opération ? Qu'en est-il de l'avenir de l'opération ?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| TYPE DE PRODUIT | AVANTAGES | INCONVÉNIENTS | CHOSES À FAIRE | CHOSES À NE PAS FAIRE |
| E-mail contenant les principales conclusions  Il convient mieux aux personnes qui ont l'habitude de communiquer par courrier électronique et qui ont besoin de connaître les grandes lignes. | * Les destinataires sont plus susceptibles de réagir et d'engager un dialogue avec vous lorsqu'on s'adresse à eux directement * Facile à préparer et à envoyer à vos collègues, plus de détails peuvent être fournis en pièce jointe | * L'adaptation de l'e-mail au public peut demander un peu d'effort * Il peut ne pas contenir tous les détails * Le public est limité aux destinataires de l'e-mail. | * Soyez bref et mentionnez les principaux résultats à l'aide de points * Soulignez ce qui est pertinent pour les personnes à qui vous l'envoyez (par exemple, lorsque vous partagez un e-mail avec des collègues du secteur EHA (eau, d'hygiène et d'assainissement), partagez les principaux points pertinents pour le secteur EHA). * Soyez clair et succinct * Donnez un exemple ou un récit concret pour compléter les principales conclusions. * Proposez des recommandations et des étapes suivantes claires | * Utilisez le même contenu pour différentes parties prenantes - les résumés doivent être adaptés de manière appropriée * N'incluez pas trop d'informations non structurées ou chiffrées sans contexte ou exemples clairs * Présentez le contenu sans suggérer ce qu'il faut faire |
| Rapport de synthèse bref  Convient mieux aux personnes qui souhaitent obtenir un aperçu rapide et qui pourraient vouloir partager le document avec d'autres personnes, par exemple des donateurs ou des dirigeants. | * Peut fournir un aperçu de haut niveau et orienter le lecteur vers ce qui est intéressant | * N'est utile que s'il est visuellement attrayant et modifié, ce qui nécessite donc un certain temps de préparation. | * Le document doit être court et mettre l'accent sur ce qui est le plus intéressant * Donnez un exemple ou un récit concret pour compléter les principales conclusions. * Proposez des recommandations et des étapes suivantes claires * Utilisez des éléments visuels simples pour rendre l'information plus attrayante | * Ne communiquez pas tous les détails * Ne partez pas du principe que le lecteur possède des connaissances de base sur le projet et le contexte. |
| Diapositives Powerpoint  Convient mieux à un public qui participe à des réunions, telles que des réunions d'équipe ou des groupes de coordination. | * La présentation de diapositives PPT facilite la discussion des résultats du retour d'information lors des réunions * Facilite le suivi par le public * En plus d'être utilisées dans une présentation, les utilisateurs peuvent parcourir les diapositives par eux-mêmes, ce qui signifie qu'elles peuvent également servir de rapport | * La présentation des résultats est généralement confiée à une personne connaissant bien les données et le processus * La préparation d'une présentation soignée et visuellement attrayante prend un certain temps * Ne se prête pas à l'impression car elle se compose généralement de plusieurs diapositives. | * Doit présenter un flux logique clair, c'est-à-dire : de quoi s'agit-il, quand les données ont-elles été collectées, quels sont les points importants, quelles sont les prochaines étapes recommandées ? * Limitez le texte sur les diapositives * Incluez des citations * Utilisez des images simples * Incluez des points de discussion et plus de détails dans la section des notes. | * Évitez d'inclure trop de texte, d'utiliser des polices trop petites ou des couleurs qui ne sont pas assez contrastées pour permettre un traitement visuel clair * N'incluez pas de graphiques sans titres et légendes clairs * N'utilisez pas trop de transitions ou d'animations |
| Tableau de bord interactif  Convient le mieux à un public qui utilise un ordinateur portable avec une connexion internet, qui souhaite consulter les données en temps réel et rechercher les informations qui l'intéressent. | * Peut rendre compte de manière exhaustive et visuelle de tous les aspects du retour d'information * Permet aux utilisateurs de filtrer les informations dont ils ont besoin. * Répond aux besoins de différents types de public. * Peut fournir des informations au fur et à mesure qu'elles sont mises à jour en temps réel | * S'adresse à un public connecté et familiarisé avec les technologies * Il peut être plus difficile d'orienter l'utilisateur vers les aspects intéressants des données. * Une personne possédant les connaissances nécessaires doit configurer le tableau de bord et le tenir à jour. | * Donnez des indications sur la manière d'interagir avec les informations et de filtrer les données. * Donnez la priorité aux informations disponibles au premier coup d'œil. * Réfléchissez aux graphiques les mieux adaptés à la visualisation de vos données et à la comparaison des résultats. * Réfléchissez au type d'informations fournies et assurez-vous qu'aucun fournisseur de retour d'information ne puisse être identifié (au cas où le tableau de bord serait accessible au public). | * Ne partez pas du principe que tout le monde sait utiliser un tableau de bord. * N'utilisez pas trop de graphiques et de couleurs dans le tableau de bord car cela risque de brouiller les pistes et d'embrouiller l'utilisateur. * Fournissez des exemples de commentaires, par exemple dans un tableau. * Ne fournissez pas d'informations sensibles. |
| Rapport détaillé  Convient le mieux à un public intéressé par les détails des résultats fournis et disposé à lire un document de plusieurs pages. | * Fournit un aperçu complet des principaux résultats, des détails précis intéressants, des informations sur le contexte, ce qui devrait permettre au lecteur d'en tirer des conclusions. * Association de supports visuels et de textes * Peut être facilement partagé avec d'autres parties prenantes qui pourraient être en mesure de traiter les données en retour | * L'élaboration de rapports attrayants et bien conçus peut prendre beaucoup de temps. * La production de rapports ne peut et ne doit pas être automatisée et dépend donc de la capacité et de la disponibilité d'une personne chargée d'analyser les données et de les présenter. | * Respectez une structure claire qui facilite l'assimilation des informations (sections pour l'introduction et le contexte, la méthodologie, les données démographiques, le résumé, les conclusions approfondies par thème, les recommandations et les prochaines étapes) * Incluez des informations sur les points forts et les limites des méthodes utilisées * Donnez des recommandations sur les prochaines étapes à suivre pour répondre au retour d'information * Utilisez des citations lorsque vous rendez compte des données qualitatives du retour d'information. | * N'utilisez pas trop de graphiques sans expliquer ce qu'ils montrent * N'utilisez pas un format sans avoir demandé l'avis du public visé * Ne fournissez pas de résultats sans préciser qui a collecté les données, quand et dans quel but. |
| Infographie ou support visuel  Convient le mieux aux publics sensibles au contenu visuel, notamment les personnes disposant de peu de temps, d'une durée d'attention plus courte et les personnes qui ne maîtrisent pas ou peu une langue donnée. | * Utile pour une assimilation rapide et visuelle des principaux résultats * Permet de renforcer l'impact d'un message clé * Peut illustrer des passages spécifiques d'un produit d'information plus long et plus complet | * Nécessite une personne ayant des compétences en graphisme pour sa réalisation * Ne peut se concentrer que sur des messages clés précis | * Racontez une histoire que les gens pourront comprendre en termes simples. * S'il y a beaucoup d’éléments, fractionnez-les en petits morceaux qui s'emboîtent les uns dans les autres. * Adaptez tous les éléments visuels au contexte et soyez inclusif lorsque vous utilisez des représentations graphiques de personnes (par exemple, utilisez un mélange de jeunes, de personnes âgées, de femmes et d'hommes lorsque vous montrez des personnes et assurez-vous que la couleur de la peau varie et/ou est appropriée au contexte). * Équilibrez l'infographie en utilisant du texte et des graphiques, en laissant suffisamment d'espace blanc pour permettre une bonne assimilation visuelle. | * N'utilisez pas d'images ou de métaphores sans vous être renseigné sur les sensibilités culturelles afin de vous assurer que l'infographie n'envoie pas un message erroné ou n'offense pas un membre du public. * N'utilisez pas de graphiques ou de représentations visuelles sans exprimer un objectif ou raconter une histoire. * Ne partez pas du principe que le public connaît le sujet et n'utilisez pas trop d'acronymes. Les principaux éléments à retenir doivent être clairs pour toute personne qui lit le document. |
| Vidéo ou animation  Convient le mieux à un public qui souhaite en savoir plus sur les principales conclusions ou qui doit être motivé pour prendre des mesures. Le public doit avoir accès à Internet et peut inclure des personnes ne sachant ni lire ni écrire. | * Peut également être utilisée comme outil de plaidoyer car une vidéo narrée peut renforcer l'impact des résultats ou sensibiliser aux défis opérationnels. * Peut être facilement partagée sur les réseaux sociaux ou les applications de messagerie telles que WhatsApp, Signal ou Telegram | * Nécessite que votre public ait accès à Internet ou qu'on lui montre la vidéo ou l'animation * Peut être coûteuse et prendre du temps à produire * Ne peuvent généralement pas être réalisées trop souvent et, une fois produites, sont difficiles à modifier ou à mettre à jour | * Rédigez un script et concentrez-vous sur la clarté et l'impact dans les 10 premières secondes de la vidéo * Faites en sorte que la vidéo soit aussi courte que possible * Précisez clairement la langue qu'il convient d'utiliser * Incluez des sous-titres pour faciliter le suivi et permettez de regarder la vidéo sans le son | * Veillez à ce que la vidéo ne soit trop longue surtout si elle est utilisée à des fins de plaidoyer * Ne parlez pas trop vite * N'utilisez pas ce format si le contenu doit être mis à jour régulièrement et si vous n'êtes pas en mesure de produire des vidéos régulièrement |
| Retour d'information unique  Convient le mieux à un public qui a un intérêt spécifique pour le retour d'information et qui a besoin de connaître tous les détails pour être en mesure d'y répondre. | * Une manière efficace de partager un commentaire spécifique avec la personne la mieux placée pour y répondre. * Permet à la personne qui reçoit le commentaire de comprendre la problématique spécifique, notamment ce que la personne a dit exactement, qui a partagé l'information et où. * Permet un suivi individuel et de boucler la boucle. | * Peut être difficile à gérer s'il y a trop de commentaires à partager par le point focal dans un court laps de temps. Si une action individuelle n'est pas nécessaire, des résumés des principaux sujets peuvent s'avérer plus efficaces. | * Partagez toutes les informations liées au commentaire de retour d'information dont la personne a besoin pour agir en conséquence. * Veillez à suivre les modèles d'orientation (pour en savoir plus, [cliquez ici](https://docs.google.com/document/d/1Hi34vhZYczoT0HCxMcFvOsudXRv18vGS/edit?usp=sharing&ouid=109473232721131860036&rtpof=true&sd=true)) | * Ne partagez pas d'informations sensibles si la personne n'est pas le point focal dédié au traitement desdites informations. * Ne partagez pas les informations sans le consentement éclairé de la personne qui a fait remonter l'information. |
| Ensembles de données sur le retour d'information de la communauté  Convient mieux aux analystes de données ou aux chercheurs qui souhaitent explorer et analyser plus avant les données de retour d'information. | * Permet à l'expert en données d'effectuer l'analyse nécessaire pour répondre à ses besoins spécifiques * Peut être utilisé pour comparer les sources de retour d'information avec d'autres sources de données * Permet d'utiliser les données dans d'autres processus d'analyse plus larges | * La manipulation des données requiert des compétences en matière d'analyse des données et leur interprétation nécessite une connaissance du contexte. Le partage des données en vue d'une analyse plus approfondie est susceptible de donner lieu à des interprétations erronées. * Le partage d'ensembles complets de données peut saturer les destinataires et ne pas être utilisé si vous souhaitez mettre en évidence des résultats spécifiques. | * Avant de partager des données (commentaires individuels ou ensembles de données de retour d'information), assurez-vous que les exigences des lois sur la protection des données sont appliquées conformément aux politiques internes. * Évaluez si le partage des informations peut présenter des risques pour le fournisseur du retour d'information ou pour les personnes et les groupes concernés par le retour d'information. Des mesures d'atténuation, telles que la suppression ou la modification des variables d'identification (anonymisation des données), sont prises pour répondre à ces risques avant le partage. * Partagez les données concernant la personne, le moment et la manière dont les données ont été collectées ainsi que l'ensemble des données. | * Ne partagez pas de données sans que toutes les variables soient claires ou sans fournir un guide pour les données. * Ne partagez aucune donnée de retour d'information sans être certain que les fournisseurs de retour d'information ne peuvent pas être identifiés directement ou indirectement dans l'ensemble de données au cas où il n'y aurait pas d'accord de partage en place. * Ne partagez pas les données de retour d'information si les personnes ayant fourni le retour d'information n'ont pas consenti à ce que leurs données soient partagées avec d'autres. |