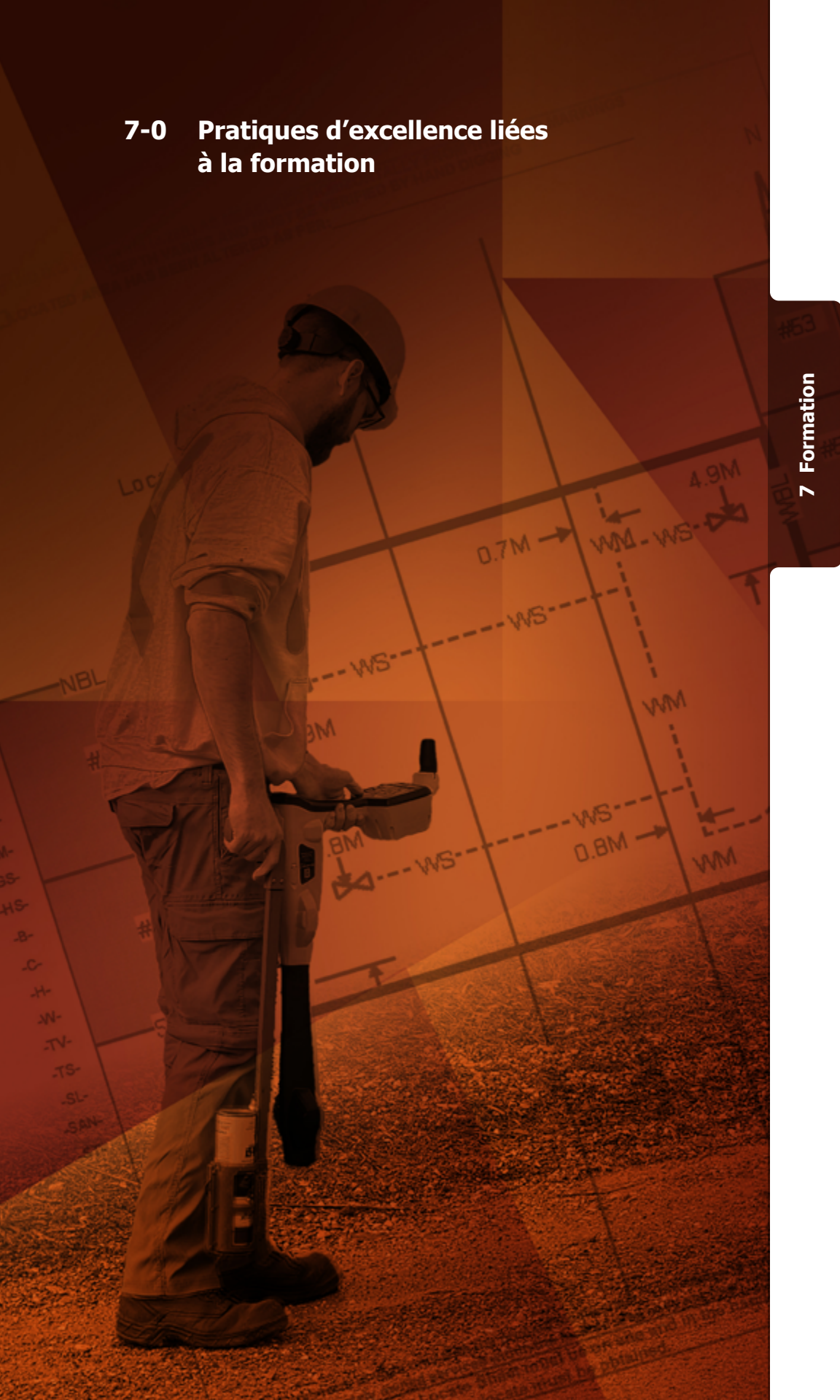


7-0 Pratiques d'excellence liées à la formation



7-0 Pratiques d'excellence liées à la formation

7-1 Déterminer le public cible et ses besoins

Énoncé de pratique : Afin de promouvoir la prévention des dommages tout en influençant et en améliorant les habitudes et les comportements liés à la prévention des dommages, il est nécessaire de déterminer le public cible, établir ses besoins en matière de formation et de sensibilisation et créer une campagne de communication adaptée à leurs besoins.

Description de la pratique : Les campagnes d'éducation et de sensibilisation visent fondamentalement à inspirer des changements de comportement qui serviront à minimiser les dommages causés aux infrastructures publiques et à améliorer la sécurité du public. Des personnes et des organisations d'horizons diversifiés ont tout à gagner de ces initiatives axées sur la prévention des dommages.

Pour déterminer le public cible, il faut :

- Examiner les données et les tendances liées aux dommages;
- Classer les incidents selon la fréquence et la gravité;
- Établir le rang et l'ordre de priorité des incidents.

Afin de communiquer efficacement les objectifs en matière de formation, il faut :

- Indiquer clairement les enjeux et les causes principales;
- Décrire de nouveaux comportements et établir ce qui serait nécessaire pour les modifier;
- Renforcer les comportements modifiés.

Les services d'urgence, les fonctionnaires, les excavateurs et les entrepreneurs peuvent servir d'exemples de publics cibles.

7-2 Élaborer un plan de sensibilisation du public

Énoncé de pratique : Élaborer un plan de sensibilisation du public efficace et mesurable, tout en veillant à l'améliorer de manière constante afin de répondre aux besoins des publics cibles identifiés.

Description de la pratique : La portée de ce plan comprend des procédures, des programmes et des campagnes de sensibilisation visant à réduire et à prévenir les dommages. Le plan détermine les objectifs, attribue suffisamment de ressources, définit les échéanciers et comprend des évaluations sur l'efficacité. Ces évaluations sont possibles grâce aux prises de décision basées sur les données, favorisant ainsi l'amélioration en continu.

7-3 Abrogé

7-4 Créer un message efficace de prévention des dommages

Énoncé de pratique : Créer un message facile à comprendre et à retenir pour faire la promotion de la prévention des dommages aux infrastructures souterraines.

Description de la pratique : Un message efficace devrait motiver le public cible à prendre des mesures de prévention. L'objectif consiste à amener le public cible à mettre en pratique rapidement, facilement et à maintes reprises les comportements désirés. Attirer les publics cibles vers le centre de notification local ou le site Web « CliquezAvantDeCreuser.com » afin qu'ils soumettent une demande de localisation d'infrastructures souterraines lorsqu'ils prévoient faire des travaux d'excavation.

7-5 Promouvoir le message de prévention des dommages

Énoncé de pratique : Promouvoir le message de prévention des dommages en trouvant des façons créatives d'inciter le public cible à recevoir non seulement le message et s'en souvenir, mais aussi à modifier en conséquence ses comportements. Plusieurs intervenants dont les buts et les messages sont semblables peuvent travailler en collaboration afin de réduire les coûts et maximiser les impacts.

Description de la pratique : La promotion de la prévention des dommages peut être faite par l'utilisation d'une variété de moyens et différents médias. Les envois postaux permettent de transmettre un message précis en fonction d'un public cible spécifique (p. ex., zone géographique particulière, secteur de marché ou catégorie démographique).

Des messages rédigés par des professionnels peuvent être efficaces pour capter l'attention d'un public cible plus vaste (p. ex. publicité, médias numériques, dépliants, commandites).

Lorsque cela est possible, tirer profit des médias gratuits, tels que les annonces publiques faites par les journaux, la radio, la télévision et les sites Internet disponibles.

Les articles promotionnels sont un moyen de promouvoir les messages clés et sont des occasions de faire rayonner l'image de marque.

7-6 Établir des relations stratégiques

Énoncé de pratique : Développer des partenariats pour faciliter la promotion de la prévention des dommages.

Description de la pratique : Il est possible de développer des partenariats, relations stratégiques avec d'autres parties dont les enjeux, les intérêts et les besoins sont similaires ou communs. Il peut s'agir d'associations de l'industrie, de fabricants d'équipement et de groupes professionnels ou encore d'organismes gouvernementaux, d'intervenants d'urgence et de médias.

7-7 Mesurer les résultats et s'efforcer de s'améliorer

Énoncé de pratique : Analyser les résultats des initiatives liées au plan marketing. Indiquer ce qui fonctionne bien et ce qui ne fonctionne pas bien. Mettre en œuvre les leçons apprises et s'efforcer d'améliorer constamment les programmes.

Description de la pratique : Déterminer les éléments efficaces du plan marketing afin d'établir les initiatives futures. Établir des objectifs reliés à la formation et aux initiatives de sensibilisation, ce qui peut être fait grâce à des sondages auprès du public cible (par courrier direct, téléphone, etc.) afin de déterminer si les comportements ont changé et dans quelle mesure. L'évolution des données statistiques portant sur les dommages est un autre moyen de déterminer si un changement de comportement d'une région en particulier ou d'un groupe d'intérêt en particulier découle bel et bien du plan marketing.

Déterminer et combler les lacunes du plan marketing. Modifier le programme en conséquence et s'efforcer de l'améliorer afin d'en atteindre les objectifs fixés.