

Penser la communication :

la règle des 6 W

Un flyer ou une affiche est un moyen de communication **concis, précis**, et doit être capable de retenir l'attention des gens.

Mais **comment être sûr que toutes les informations nécessaires sont présentes** sur les documents que l'on utilise pour communiquer ? La règle des 6 W est l'outil qui permet d'être sûr que le lecteur aura toutes les informations.

What / Quoi

Quel est le message, le contenu de ce support de communication ?

Who / Qui

À qui s'adresse le message ? Quelle est la cible ? Il faut avoir conscience que l'on ne pourra jamais toucher tout le monde.

Une autre question importante : qui communique ? Il ne faut pas partir du principe que tout le monde vous connaît. Votre identité (votre logo, votre signature...) doit donc être bien visible et définir précisément qui vous êtes (une ONG, une entreprise, un groupe de musique...).

When – Where / Quand – Où

Où a lieu l'évènement ? À quelle date ?

Les informations pratiques doivent être très visibles, et pas en taille de caractère 6, tout en bas. À quoi bon communiquer si personne ne sait comment venir et où vous trouver ?

Why / Pourquoi

Répondre à la question du lecteur : **mais pourquoi irais-je à cet évènement ? Pourquoi téléchargerais-je cette application ? Pourquoi ferais-je un don ? Pourquoi rejoindrais-je leur page Facebook ?**

Dans 70 % des cas, les gens achètent un produit pour résoudre un problème et à 30 % pour le bénéfice que cela va procurer.

How / Comment et Combien

Comment ça marche ? Comment télécharger cette application ? Comment va se dérouler la soirée ? Quel est le prix ?