



Module 7 : Faire campagne

Faire campagne consiste à diffuser votre message. Les communications représentent un élément crucial de votre campagne et de la vie politique en général. Tout bon leader politique doit préparer un message clair et se familiariser avec les outils et les plateformes de communication et de médias sociaux.



Pour mener une campagne efficace, vous devez avoir un message de campagne clair qui parle des problèmes les plus importants pour vos électeurs.



Activité 1 : Création de votre message de campagne

Relevez de 3 à 5 problèmes clés et créez un bref message abordant chaque problème en fonction de vos valeurs et de votre point de vue.

1. Problème clé _____

Message _____

2. Problème clé _____

Message _____



3. Problème clé _____

Message _____

4. Problème clé _____

Message _____

5. Problème clé _____

Message _____

Le démarchage (ou le porte-à-porte) est un moyen efficace de communiquer pendant votre campagne.

Voici quelques brefs conseils sur la façon de solliciter efficacement des appuis.

- ✓ Le démarchage a pour but de vous mettre en contact avec les électeurs afin qu'ils sachent qui vous êtes et ce que vous représentez et pour que vous sachiez quelles peuvent être leurs préoccupations et leurs intérêts.
- ✓ Choisissez vos heures de travail de manière stratégique afin de profiter au maximum du temps où les gens peuvent être à la maison, sans perturber leur routine.
- ✓ Vérifiez si vous avez besoin d'un interprète.
- ✓ Apportez des dépliants ou des affiches avec vous pour les laisser aux gens ou au cas où personne ne serait à la maison.
- ✓ Tenez un dossier des logements visités et des problèmes ou préoccupations soulevés et notez tout suivi pour lequel vous vous êtes engagé.



- ✓ Réfléchissez à ce que vous ferez à propos des chiens — de nombreux candidats apportent des friandises pour chiens avec eux.
- ✓ Tenez compte de votre sécurité et de celle des bénévoles qui vous aident, et ne partez pas seul.
- ✓ Il peut être utile de refaire l'itinéraire de démarchage avant le jour du scrutin.

Liste des électeurs

L'une des choses les plus importantes à obtenir pour votre campagne est la liste des électeurs. Cette liste vous indiquera quels sont les électeurs d'une circonscription donnée.

Se faire connaître



Bien que le porte-à-porte de campagne électorale soit toujours considéré comme essentiel pour gagner la confiance du public, les occasions de partager votre message de campagne sur les réseaux sociaux méritent également d'être explorées.

Les médias sociaux sont devenus la principale source d'information pour les citoyens et constituent un moyen rapide et efficace de communiquer avec les dirigeants élus. Les médias sociaux ont changé la façon dont les gens découvrent, lisent et partagent des nouvelles, des informations et du contenu et

constituent de puissants outils de publication.

Les médias sociaux permettent également de diffuser rapidement et facilement des informations, qu'elles soient vraies ou fausses. Ils se sont imposés en tant qu'outils puissants, mais ont également conduit à certaines gaffes politiques. Apprendre à utiliser efficacement les médias sociaux et d'autres stratégies médiatiques renforcera votre message et votre confiance en tant que candidate. Cependant, sachez que tout le monde n'est pas sur les réseaux sociaux.

Vous ferez les manchettes

Dès que vous annoncerez votre candidature, les médias et le public voudront savoir ce que vous avez à dire sur les enjeux centraux de la campagne.

Assurez-vous que vous êtes à l'aise de parler de ces enjeux avant d'annoncer votre candidature. Soyez prêt à répondre à toutes sortes de questions concernant les problèmes



Rassemblez des informations sur les autres candidats à partir de reportages des médias, de réunions publiques et de documents publiés par ces autres candidats et de leurs comptes de médias sociaux.

Si vous n'êtes pas en mesure d'assister à un événement public qui vous aiderait à gagner des votes, à créer des réseaux avec d'autres candidats ou à mieux comprendre les préoccupations de la communauté, faites-en sorte qu'un membre de votre équipe de campagne ou un de vos partisans assiste à cet événement public, pose des questions et fasse rapport, à vous ou à votre directeur de campagne, sur ce que les autres candidats avaient à dire.

Ne vous rendez pas à des réunions publiques ou à des débats sans avoir réuni autant de partisans que possible. Le rôle des partisans est à deux volets : poser des questions complexes et embarrassantes à vos concurrents et vous poser des questions qui vous donnent l'occasion d'exposer votre point de vue et de partager votre message en tant que candidate gagnante.

Il est fortement recommandé de ne pas attaquer personnellement un autre candidat, car cela pourrait nuire à votre réputation. Il est possible que vous ou votre famille soyez la cible d'une attaque personnelle d'un autre candidat ou d'une équipe de candidats. Préparez-vous à ce que votre « linge sale » soit exposé au grand jour et à gérer la situation avec autant de dignité que possible.

Interaction avec les médias

Manipuler les médias est une compétence que vous devez développer, tant à titre de candidate que de politicienne. La relation entre les médias et les candidats est interdépendante : les médias ne peuvent rien raconter sans candidats, et les candidats ont besoin des médias pour diffuser leurs messages à un public plus large.

Une relation respectueuse avec les médias fera en sorte que votre position sur les enjeux soulevés soit publiée de manière juste et précise.



À faire avec les médias

- ✓ Soyez polie et claire sur vos limites et ramenez toujours le sujet à vos messages clés. Si les médias vous demandent de répondre à une question que vous trouvez déplacée ou trop personnelle, ne vous sentez pas obligée d'y répondre.



- ✓ Essayez de demeurer en bons termes avec les journalistes, les commentateurs et les chroniqueurs ainsi qu'avec leurs rédacteurs, car ce sont eux qui décident de ce qu'ils vont écrire sur vous et votre campagne locale et de l'espace qui y sera consacré.
- ✓ Tenez une liste de médias, y compris des journalistes, des chroniqueurs et des commentateurs de votre circonscription, afin de vous assurer que les communiqués de presse et autres avis leur parviennent et qu'il n'y ait personne d'oublié.
- ✓ Répondez toujours aux demandes des médias même si vous n'avez pas l'intention d'accorder d'entrevue. Outre le fait que ce soit une façon professionnelle d'agir, cela pourrait vous être utile plus tard lorsque vous voudrez avoir une couverture sur un enjeu particulier.
- ✓ Essayez de savoir à l'avance de quel enjeu le journaliste veut traiter. Vous ou votre recherchiste devez recueillir autant d'informations que possible avant de parler au journaliste, y compris ce que vos adversaires peuvent dire à propos du même enjeu.

À ne pas faire avec les médias

- ✗ Ne pensez pas que certaines choses soient confiées en confidence. Tout ce que vous dites peut être rapporté. Si vous ne voulez pas lire quelque chose en première page du journal du lendemain, ne le dites pas.
- ✗ Ne prétendez pas que vous connaissez les faits lorsque ce n'est pas le cas. Si l'on vous pose des questions sur un enjeu pour lequel vous n'avez pas de réponse, dites-le. La plupart des journalistes et des électeurs respecteront un candidat qui est honnête et franc sur ce qu'il sait et sur ce qu'il ne sait pas. Engagez-vous à leur revenir plus tard sur le sujet, puis faites des recherches et revenez vers eux tel que promis.
- ✗ Ne réagissez pas de manière excessive à une mauvaise presse. Le but d'une entrevue est de faire passer votre message.
- ✗ Ne faites pas de promesses aux médias ou au public que vous n'êtes pas prêtes à tenir.

Médias sociaux

Les médias sociaux permettent aux gens de créer et de partager des informations et d'établir des liens. Il s'agit d'un puissant outil de publication et de communication qui a changé





la façon dont les gens découvrent, lisent et partagent du contenu.

Les gens comptent de plus en plus sur les médias sociaux pour obtenir des nouvelles et des informations politiques à jour. Ils peuvent également diffuser rapidement des informations de nature politique, qu'elles soient vraies ou non.

L'activité sur les médias sociaux peut entacher la réputation d'une personnalité politique en relayant des informations qui peuvent être vraies ou non. Avant qu'un candidat ou un politicien puisse confirmer, nier ou expliquer des informations publiées, le public peut s'être déjà fait une opinion à partir de ces informations. En procédant dans les règles de l'art, la diffusion d'informations sur les médias sociaux à des fins politiques peut aider grandement les candidats.

Mener une campagne électorale en ligne peut être difficile, en particulier pour les candidats qui ont des ressources limitées. Concentrer ses efforts et accumuler des adeptes sur certaines plateformes peut porter fruit le jour du scrutin. Une forte présence sur les réseaux sociaux est primordiale dans toute campagne.

(Il convient de noter que beaucoup de gens des collectivités sont sur Facebook. Est-il préférable de créer un compte Facebook distinct à des fins électorales? Et une page Web?)



Activité 2 : Utilisation des médias sociaux

Réfléchissez à certaines choses à faire et à ne pas faire sur les réseaux sociaux que les candidats doivent connaître pour avoir une présence efficace sur ces réseaux. Écrivez vos idées dans le tableau ci-dessous et soyez prêt à en discuter :

Meilleures pratiques en matière de médias sociaux	Choses à éviter sur les réseaux sociaux





Peu importe la plateforme de médias sociaux que vous choisissiez, n’oubliez pas ce qui suit.

Soyez intelligente.

- Chaque réseau a son vocabulaire — apprenez-le et utilisez-le pour atteindre un public aussi large que possible.

Soyez active.

- Si vous êtes sur les réseaux sociaux, utilisez-les. Publiez au moins une fois par jour.

Soyez cohérente.

- Chaque plateforme peut exiger que vous adaptiez la façon dont vous diffusez votre message, mais soyez cohérente en répétant toujours le même message sur les différentes plateformes.

Soyez à l’écoute.

- Écoutez votre public pour savoir ce qui l’intéresse et les questions qui lui tiennent à cœur. Donnez-leur les informations qu’ils recherchent pour obtenir leurs votes!

Soyez flexible.

- Créez-vous une carapace et ne vous laissez pas abattre par les commentaires négatifs. L’intimidation et les propos offensants dominent les médias sociaux, mais ne les laissez pas dominer votre campagne.

Résumé

En menant une campagne efficace, vous maximisez vos chances d’être élue. L’élaboration d’un message clair sur qui vous êtes et sur les raisons pour lesquelles les électeurs devraient avoir confiance en vous n’est qu’une partie de la tâche — l’autre partie consiste à transmettre ce message au plus grand nombre de gens possible.

Notes supplémentaires
