

# Guide de démarrage

À l'intention des nouveaux mobilisateurs de connaissances



# Introduction

## À propos de ce guide

Bienvenue ! En tant que première cohorte de boursières en mobilisation des connaissances (MdC) à l'Université Bishop's, nous sommes très heureuses de partager notre expérience avec vous.

Ce programme a été conduit sous la supervision du Bureau de la recherche et des études supérieures de l'Université Bishop's à Sherbrooke, QC. Ce guide a été corédigé par les boursières en Mobilisation des connaissances 2020-2021 : Jessica Stacey, Mackenzie Gordon, Tanisha Campbell, Sonya Anvar et Katy Celina Sandoval.

Ce rapport décrit les expériences des cinq boursières, qui ont travaillé individuellement avec un professeur de Bishop's pour réfléchir, planifier, lancer et évaluer un plan de mobilisation des connaissances. Les professeurs avec lesquels nous avons travaillé avaient chacun un niveau de compréhension différent de la mobilisation des connaissances, ainsi que des objectifs très différents pour leur recherche. Cela a conduit à des expériences différentes pour chacune des cinq boursières. Dans l'espoir que d'autres puissent apprendre de nos expériences et s'en inspirer, nous avons élaboré ce guide.

## Collaborateurs

Ce projet a été financé par le Conference Board du Canada en partenariat avec le Centre des Compétences futures.



## Avertissement

Toute omission de fait ou d'interprétation relève de la seule responsabilité de Réseau Impact Recherche Canada. Les résultats ne reflètent pas nécessairement les opinions du Centre des Compétences futures, de son bailleur de fonds ou de ses partenaires.

Le Centre des Compétences futures est un partenariat entre l'Université Ryerson, le Conference Board du Canada et Blueprint.

Financé par le programme  
des Compétences futures du  
gouvernement du Canada.

**Canada**

Partenaire

**RÉSEAU IMPACT  
RECHERCHE  
CANADA**

Partenaire



**UNIVERSITÉ  
BISHOP'S  
UNIVERSITY**



# Table des matières

Thème	Numéro de page
À propos .....	2
Présentation des boursières .....	4
Jessica Stacey .....	5
Mackenzie Gordon .....	6
Tanisha Campbell .....	7
Sonya Anvar .....	8
Katy Celina Sandoval .....	9
Se préparer pour sa première rencontre .....	10
Développer son plan de mobilisation des connaissances .....	11
Processus de développement .....	14
Développement de l'échéancier .....	15
Travailler avec son client .....	16
Finaliser son produit .....	17
Évaluation et analyse d'impact .....	18
Mot de la fin .....	19
Remerciements .....	20



## Présentation des boursières



# Jessica Stacey

## Sherbrooke, Québec

- B.A. en éducation, avec spécialisation en musique et mineure en français de l'Université Bishop's
- Baccalauréat en éducation de l'Université Bishop's
- Obtention du certificat de mobilisation des connaissances de l'Université Bishop's en 2020

**Collaboration avec la professeure Sunny M. C. Lau, candidate à la chaire de recherche du Canada (CRC) sur l'éducation plurilingue.**



Jessica Stacey



Enseigner, c'est mobiliser des connaissances ! En tant qu'enseignante à temps plein, il va de soi que mes élèves sont mon public cible. En plus de mes élèves, je souhaite être en mesure de communiquer des résultats de recherche avec leurs parents et mes collègues. Après avoir suivi le cours [edx.org](https://edx.org) sur l'introduction à l'engagement familial, j'ai eu envie de partager ce que j'ai appris. Les recherches récentes sur l'engagement familial mettent en lumière les résultats positifs que cet engagement peut avoir sur les élèves, les enseignants et les parents. Je savais que j'aurais besoin de compétences en mobilisation des connaissances pour m'aider à atteindre mon public cible. Le **certificat en MdC de l'Université Bishop's** m'a ouvert les yeux sur les complexités de la recherche et sur les bonnes pratiques en recherche. J'ai adoré apprendre comment la communication scientifique s'applique dans différents domaines. La mise en pratique de mes compétences en communication scientifique dans des situations autres que le monde de l'éducation a été un défi instructif. Après avoir terminé le certificat, j'ai le sentiment d'avoir une boîte à outils pleine de ressources en communication scientifique, par exemple [researchimpact.ca](https://researchimpact.ca). Je suis convaincue que je continuerai à utiliser mes compétences en MdC dans les années à venir.

# Mackenzie Gordon

## Ottawa, Ontario

- B.A. avec majeures en psychologie et sociologie de l'université Mount Allison
- Certificat en méthodologie de la recherche sociale de l'université Mount Allison
- Obtention du certificat de mobilisation des connaissances de l'Université Bishop's en 2020

**Collaboration avec la professeure Heather Lawford, titulaire de la chaire de recherche du Canada (CRC) sur le développement des jeunes, ainsi que sur ses travaux concernant la générativité des jeunes.**



”

Je m'intéresse particulièrement à la recherche communautaire et à l'éducation, au travail social critique et à la sociologie, ainsi qu'aux soins de santé communautaires. Dans le cadre d'un stage, j'ai travaillé sur un projet de communication avec la Société John Howard afin d'élaborer une campagne visant à modifier les perceptions du public sur l'itinérance à Moncton, campagne qui était fondée sur la théorie et la recherche sociale. Ce projet a éveillé mon intérêt pour le monde de la mobilisation des connaissances, et c'est l'une des principales raisons pour lesquelles j'ai voulu en apprendre davantage sur la MdC et les stratégies de communication scientifique en général.

En me dirigeant vers le travail social, le programme de mobilisation des connaissances m'a aidé à comprendre l'importance de la communication de la recherche en santé dans ce domaine, afin de bien communiquer avec les clients, les communautés, les organisations et les décideurs. Plusieurs associent la mobilisation des connaissances aux STIM, mais elle est tout aussi importante dans les domaines des sciences sociales et humaines !

Mon aspect préféré du **certificat en MdC de Bishop's** fut les conférences hebdomadaires ! Les conférenciers invités ont donné aux étudiants d'excellentes pistes concernant les nombreux domaines et emplois possibles en MdC, ainsi qu'une idée des compétences requises pour y parvenir !



# Tanisha Campbell

## Montréal, Québec

- B.A. spécialisation en psychologie, mineure en études des peuples autochtones (2018)
- B.A. langues modernes, concentrations en études japonaises internationales et allemand
- Obtention du certificat de mobilisation des connaissances de l'Université Bishop's en 2020



**Collaboration avec professeur Matthew Peros, titulaire de la Chaire de recherche du Canada (CRC) sur les changements climatiques et environnementaux.**



Pendant la pandémie de COVID-19, j'ai cherché à faire bon usage de mon temps en confinement. J'en ai donc profité pour entamer un changement de carrière. Étant la première de ma famille à obtenir un diplôme universitaire, je me suis inscrite au **programme de certificat d'études supérieures en MdC de l'Université Bishop's** et j'ai obtenu mon diplôme en août 2020. Les cours ont été très instructifs, me permettant de comprendre comment les compétences en communication et les meilleures pratiques en communication jouent un rôle primordial concernant la transmission de l'information sous le bon format, au bon moment, aux parties prenantes cibles. L'expérience de l'application de ces connaissances lors de mon stage à distance m'a donné un avant-goût de ce que pourrait être une carrière en mobilisation des connaissances. Inutile de mentionner que j'ai eu un coup de foudre.

Grâce à mes nouvelles connaissances et compétences en matière de communication, nous avons élaboré, avec le professeur Peros, un plan de MdC visant à diffuser les messages clés de ses projets, créer un logo et formuler des processus à l'interne pour utilisations futures. L'idée que la mobilisation des connaissances s'adapte à plusieurs formats et qu'elle nous pousse à garder nos compétences à jour m'apporte un sentiment d'autonomie - je me sens bien équipée pour relever tous les défis et projets.

# Sonya Anvar

## Sherbrooke, Québec

- B.A. Biologie - Sciences de la santé, mineure en psychologie
- Stratège en transfert de connaissances, *ANVAR Transfert de connaissances*
- Obtention du certificat de mobilisation des connaissances de l'Université Bishop's en 2019

**Collaboration avec le professeur Jason Rowe, titulaire de la Chaire de recherche du Canada (CRC) en astrophysique des exoplanètes, ainsi que sur ses recherches concernant la découverte et la caractérisation des exoplanètes.**



**Sonya Anvar**

”

Pendant mes études de premier cycle, on m'a enseigné la méthode scientifique. N'ayant pas de formation scientifique préalable, j'ai pour la première fois pris conscience des analyses complexes et des techniques rigoureuses nécessaires pour générer de nouvelles connaissances ! Ce nouvel intérêt a guidé ma curiosité pour la communication scientifique, ce qui m'a conduit au **certificat en MdC de Bishop's**.

Une notion particulière m'a frappée au cours de mes études en MdC : la création d'impact. L'implantation des résultats de la recherche dans les milieux n'est pas un processus automatique ; il faut des personnes pour s'assurer que les connaissances ne sont pas seulement imprimées dans des revues savantes, mais qu'elles se trouvent également adoptées afin que des pratiques, des politiques, etc. soient fondées sur des preuves. C'est à nous, mobilisateurs de connaissances, qu'il incombe de renforcer l'impact de la recherche. Je me sens chanceuse d'avoir le privilège d'appeler la mobilisation des connaissances mon travail !



# Katy Celina Sandoval

## Hamilton, Ontario

- BSc en neuropsychologie, mineure en biochimie de l'Université Bishop's
- MSc en psychologie de l'Université de Calgary
- Doctorat en neurosciences à l'Université McMaster (en cours)
- Obtention du certificat de mobilisation des connaissances de l'Université Bishop's en 2020



**Collaboration avec le professeur John Ruan, candidat à une Chaire de recherche du Canada, afin de promouvoir ses recherches en astrophysique multimessagers.**



**Katy Celina Sandoval**



En tant qu'étudiante au deuxième cycle, détenir des compétences en communication est très précieux. La capacité à communiquer des études dans le domaine des neurosciences à différents publics est importante. Il est bien connu que la science peut sembler hors de portée de nombreuses personnes, qui ont l'impression de ne pas avoir l'intelligence pour comprendre. Souvent, la difficulté première est l'incapacité des scientifiques à communiquer leurs travaux de manière à ce qu'ils soient faciles à comprendre et adaptés à un public spécifique. En tant que communicatrice scientifique, je me sens interpellée à faire ce pont.

Ce que j'ai le plus aimé du programme de certificat en Mobilisation des connaissances de l'Université Bishop's, c'est de découvrir toutes les ressources extraordinaires qui existent pour créer du contenu intéressant et pertinent à propos de n'importe quel sujet. J'ai également aimé apprendre comment appliquer la MdC dans mes propres recherches. Mes présentations se sont améliorées depuis.

# Se préparer pour sa première rencontre

- **Effectuez des recherches avant votre première rencontre.** Rassemblez toutes les informations possibles sur la personne ou le groupe avec lequel vous travaillez, sur ses recherches et travaux antérieurs et sur les personnes avec lesquelles votre client est actuellement en partenariat.
- **Créez une liste de questions.** Celle-ci doit inclure tous les points que vous souhaitez aborder lors de votre première conversation : renseignez-vous sur leurs projets en cours et identifiez des questions spécifiques concernant leur travail. Pensez à poser des questions ouvertes.
- **Comprenez vos propres forces et limites.** La réflexion personnelle avant votre première rencontre est importante, car elle vous permet de faire des suggestions réalistes à vos clients, dans les limites de votre temps et de votre expertise.
- **Créez une liste d'idées, d'outils, de plateformes et de matériel à suggérer.** Lors de la séance de remue-méninges avec votre client, cette liste vous permettra de suggérer des activités et des produits de dissémination qui correspondent aux objectifs et aux intérêts de votre client.
- **Demandez s'il est possible d'enregistrer votre première réunion.** Beaucoup d'informations seront partagées, et le fait de pouvoir réécouter la conversation sans prendre de notes vous aidera à vous concentrer sur l'échange en cours. Vous pourrez vous référer à l'enregistrement par la suite.

De l'astrophysique? Je n'avais pas la moindre idée du sujet de recherche que je m'apprête à mobiliser. Par conséquent, avant notre première rencontre, j'ai trouvé un maximum d'informations sur le parcours de mon chercheur et ses projets de recherche. J'ai utilisé **ce gabarit de planification** pour nous aider à établir une stratégie. J'ai également planifié à l'avance le déroulement de la collaboration, et j'ai formulé différentes propositions d'outils de gestion de projet.

”



**Sonya**



**Jessica**

”

J'ai utilisé cet **Outil de planification pour évaluer les besoins en mobilisation des connaissances** afin d'entamer une conversation avec mon client sur son expérience en MdC et à propos des domaines dans lesquels je peux être le plus utile. Il était important que je l'aide à faire des choix que je me savais capable de soutenir avec mes compétences et connaissances en matière de MdC.



## Recherche préalable

Avant votre première rencontre, faites un maximum de recherche sur votre client. Plutôt que de lire toutes ses publications, lisez les résumés et survolez les définitions et les mots-clés. À partir de là, vous serez en mesure de poser des questions spécifiques et d'orienter votre première conversation. Voici quelques endroits où entamer une recherche préalable :

- Google Scholar
- Research Gate
- YouTube
- Balados
- La Conversation
- Universités ou organisations affiliées

Plus vous en saurez, plus vous vous sentirez en confiance lors de votre première rencontre. Vous aurez une connaissance de base sur leur expertise et pourrez commencer à réfléchir aux parties prenantes et aux utilisateurs de connaissances que vous pourriez vouloir inclure dans votre plan de MdC.



**Sonya**

Avant notre première rencontre, je suis tombée sur un de ses anciens sites web, qui n'avait pas été mis à jour depuis un certain temps.

De voir qu'il s'intéressait au *blogging* m'a donné l'idée d'un site web qui pourrait présenter son travail. En préparation, j'ai également lu quelques articles et regardé des vidéos sur les exoplanètes et l'astrophysique en général, un sujet que je connaissais très peu.



**Tanisha**

Avant ma première réunion avec mon chercheur, j'ai envoyé un courriel pour me présenter et j'en ai profité pour faire preuve d'initiative : j'ai demandé une liste de ressources pour mieux m'informer sur le travail et les projets actuels du client. Si je pouvais revenir à ma première réunion, j'aurais donné plus de précisions sur ce que serait mon rôle de mobilisateur de connaissances, mais cela s'est clarifié au fur et à mesure que nous avançons dans les projets.

## Définir les attentes et les rôles

Avant votre première réunion, vous devez avoir une idée très claire de votre rôle, de vos forces et de ce que vous pouvez offrir dans le cadre des contraintes de temps et de la portée du projet. Votre client peut avoir différents niveaux de compréhension de la mobilisation des connaissances, et c'est là que vous devrez fournir des informations sur votre rôle et combler les lacunes.

Voici quelques éléments à considérer lors de la planification de votre première réunion :

- Quel est mon rôle?
- Que suis-je capable d'accomplir?
- Quelles sont les contraintes de temps ?
- Comment vais-je assurer la durabilité de ce projet ?
- Quels autres obstacles pourrais-je rencontrer ?

# Développer son plan de MdC

## Par où commencer?

Afin de développer votre plan de MdC, vous devez répondre à quelques questions. Ces questions vous aideront à cibler les besoins de votre client afin d'être sur la même longueur d'onde. Vous trouverez ci-dessous un bref résumé des questions auxquelles vous devrez répondre. Pour plus de détails, consultez la version détaillée de cet **outil de planification** sur le site du Réseau Impact Recherche Canada.

<b>Quoi?</b>	Que voulez-vous mobiliser?
<b>Pourquoi?</b>	Pourquoi est-il important de mobiliser ces connaissances?
<b>Qui?</b>	Qui sont vos partenaires? Qui est votre public?
<b>Quand?</b>	Quelles sont les dates limites? Quel est votre échéancier?
<b>Comment?</b>	Comment comptez-vous mobiliser ces connaissances? Quelles sont les ressources nécessaires?
<b>Mesure</b>	Comment allez-vous évaluer l'atteinte de vos objectifs?

## Gabarit de modèle logique

<b>Public</b> <i>Qui essayez-vous de joindre? Existe-t-il un message personnalisé pour ce public?</i>	<b>Stratégie</b> <i>Comment allez-vous transmettre vos messages? Quelles sont les stratégies qui donnent de meilleurs résultats pour ce public? Examinez la façon dont chaque stratégie est liée à votre objectif global.</i>	<b>Objectif</b> <i>Combien de conférences et d'ateliers voulez-vous donner? Combien d'utilisateurs voulez- vous joindre?</i>	<b>Budget et ressources</b> <i>P. ex. honoraires, technologie de l'information, documents, dépenses liées aux réunions, personnel ou ressources humaines, temps, déplacement, bénévoles, etc.</i>	<b>Calendrier</b> <i>Quand pensez-vous mettre en œuvre vos stratégies?</i>	<b>Évaluation</b> <i>Quel effet voulez-vous avoir? Comment saurez-vous si vous avez atteint vos objectifs?</i>

## L'importance de la planification

L'élaboration d'un plan de MdC approprié est l'une des étapes les plus importantes. C'est à ce moment que vous identifiez les éléments clés de ce que vous souhaitez accomplir et la manière dont vous allez y parvenir. Un plan bien établi vous guidera dans votre processus et vous servira de repère afin de maintenir votre direction. Il sera également utile afin d'informer votre client de manière claire et concise. Le plan de MdC peut être utilisé pour hiérarchiser certaines activités et identifier celles pouvant réalistement être accomplies, en considérant les ressources disponibles et l'échéancier.

➤ **Mackenzie** a divisé son modèle logique en étapes clés. Ces étapes lui ont permis de préciser les activités à réaliser, les objectifs de chaque étape, le matériel ou le soutien dont elle aurait besoin, ainsi qu'un calendrier approximatif pour chaque étape.

➤ Le modèle logique de **Tanisha** lui a permis de créer une proposition pour son client, ce qui a facilité la conception du projet. Le modèle logique lui a permis de demander : « À quoi ressemble un projet réussi, pour vous? ». Cette question lui a fourni une liste d'éléments se devant d'être inclus dans le projet.

Mon modèle logique m'a beaucoup aidé à décomposer tout le brainstorming sur les activités de MdC que j'ai fait avec mon client. Ensuite, le modèle logique m'a aidé à créer une liste de tâches à accomplir et à m'y atteler. Pendant quelques semaines, je n'ai pas eu besoin de me référer à mon modèle logique parce que je travaillais à partir de ma liste de choses à faire. Lorsque j'arrivais à la fin de ma liste de choses à faire, je revenais à mon modèle logique pour vérifier que je me dirigeais toujours vers nos objectifs et valider les prochaines étapes.

”



**Jessica**



**Mackenzie**

”

J'ai créé mon modèle logique après ma troisième réunion avec mon client. Ce modèle était axé sur les principales composantes du projet, celles sur lesquelles nous avons décidé de nous concentrer. Il m'a permis d'élaborer un calendrier et de me fixer des échéances souples, afin de réaliser ce que nous avons prévu. Bien que nos plans aient changé au fil du temps, le modèle logique initial a été très utile pour favoriser une communication claire entre mon client et moi, car il a pu réfléchir au plan et me permettre d'entrevoir les obstacles que je rencontrerais possiblement.



# Processus de développement

## Gestion du temps et échéances

Lorsque votre modèle logique est établi, vous pouvez travailler à l'élaboration d'un calendrier pour chacun des livrables et résultats attendus. La clé du processus de développement est de décomposer chaque livrable en étapes réalisables et d'assigner une date limite à chaque étape. Réévaluez régulièrement votre calendrier, car il est évident que des circonstances inattendues et des besoins changeants surviendront au cours du processus. Si vous gérez certains aspects d'un projet pour la première fois, prévoyez un temps d'apprentissage avant de commencer cette tâche spécifique. N'oubliez pas de planifier à l'avance, tout en restant flexible.

- **Tanisha** a veillé à créer des étapes réalisables et à les qualifier de « devoirs » pour elle-même ou pour le client. Des suivis réguliers ont permis de maintenir les projets sur la bonne voie.
- **Katy** s'est rendu compte que le travail à distance depuis son domicile comportait certains défis. Elle a fixé des limites de temps pour éviter de passer trop de temps sur un projet et les a communiquées à son client. Katy ne prévoyait des réunions que si c'était absolument nécessaire, parfois un message rapide ou un appel téléphonique suffisait.
- **Jessica** s'est rapidement retrouvée avec trop d'obligations et pas assez de temps. Suite à une discussion avec sa cliente, elles ont travaillé ensemble pour trouver un nouveau délai pour le projet.

La compréhension du projet de recherche s'est avérée plus longue et plus difficile que prévu. L'astrophysique est un domaine complexe, et, comme le cœur de notre stratégie de MdC était de créer un engouement concernant le lancement d'un microsatellite, je devais comprendre le domaine afin de communiquer la recherche dans un langage simple et vulgarisé. J'ai passé beaucoup plus d'heures que prévu à lire et à apprendre! Ceci étant dit, le fait de ne pas être une experte du domaine s'est avéré être une bonne chose, car je pouvais évaluer mon travail du point de vue de nos utilisateurs finaux, qui, pour la plupart, ont très peu de connaissances en astrophysique.



**Sonya**



**Katy**

L'évaluation des besoins de mon client a été un peu plus difficile que prévu. J'avais l'impression d'oublier quelque chose. Avec le recul, je pense qu'il est tout à fait normal de se sentir ainsi lorsqu'on est un nouveau mobilisateur de connaissances. Avec le temps et la communication, nous avons pu réévaluer notre calendrier et notre plan de MdC pour nous assurer que nous nous concentrons sur les bonnes activités et celles qui étaient réalisables considérant le temps dont nous disposions. Une fois les priorités établies, nous avons pu aller de l'avant et atteindre nos objectifs, ainsi qu'un autre auquel nous avons pensé en cours de route.

# Développement de l'échéancier



**Jessica**



**Katy**



# Travailler avec son client

## Vos compétences

En tant que mobilisateur de connaissances, vous apportez des compétences clés à chaque projet. Chaque nouveau projet vous permet d'approfondir vos compétences et d'en développer de nouvelles.

- **Mackenzie** a développé de nombreuses compétences techniques liées à la création d'un site web, notamment sur ce qu'il est utile d'inclure, comment s'assurer qu'il est accessible à tous et ce, tout en gérant les idées créatives qui surgissent. Elle a également dû choisir un domaine, travailler sur l'optimisation des moteurs de recherche, les palettes de couleurs, les widgets et les applications, etc.
- **Jessica** a constaté que certaines compétences étaient essentielles dans la phase de développement du produit. Il est important d'être organisé, motivé et prêt à essayer quelque chose de nouveau.



**Mackenzie**

L'aspect qui a pris le plus de temps à réaliser est sans aucun doute le développement de mon produit de MdC.

C'est une phase qui exige la prise de plusieurs décisions mutuelles, ce qui prend du temps à se produire de manière naturelle. Je me suis souvent rappelé qu'il fallait rester flexible! Les choses vont changer, et c'est généralement ainsi que les bons produits sont développés, au fil des modifications, du changement, et grâce aux réflexions concernant les objectifs généraux et les méthodes pour atteindre ces objectifs.

## Votre client et son équipe

Travailler avec votre client peut également signifier avoir des contacts fréquents avec des membres de son équipe, par exemple des co-chercheurs, des auxiliaires de recherche ou des membres de divers comités ou groupes de travail. Leur implication peut varier, mais ces collaborateurs sont souvent d'excellentes ressources.

- **Sonya** a travaillé avec une équipe composée de l'instigatrice du projet de recherche, d'un étudiant de son chercheur et d'une graphiste / spécialiste UX. L'équipe a été constituée assez tardivement, mais le fait d'avoir une équipe pour collaborer sur le site web a facilité le processus de création de contenu.
- **Mackenzie** a pu assister aux réunions du laboratoire de recherche de sa cliente. Elle en a profité pour demander le point de vue des étudiants sur ses idées et pour collaborer avec eux.



**Sonya**

Mon client a un emploi du temps très chargé. La partie la plus difficile du développement du projet a été de trouver un moment commun pour nous rencontrer.

Il était important de tenir mon client au courant de l'avancement de son site web, sans pour autant lui demander trop de son temps. Trouver le flux de travail qui convenait aux deux n'a pas été aussi facile que je le pensais. En fin de compte, n'hésitez pas à demander à votre client s'il peut vous mettre en contact avec un étudiant ou un auxiliaire de recherche avec lequel vous pouvez également faire le point.



# Finaliser son produit

## Effectuer des ajustements

Le développement d'un livrable peut être un long processus. La majorité du temps sera consacré à apporter des changements et des modifications à votre produit avec votre client, et à nouveau après votre évaluation d'impact. Tout au long de ce processus, réfléchissez aux éléments suivants:

- Le public cible a-t-il été pris en compte?
- Les besoins de votre client ont-ils été satisfaits?
- Le produit est-il accessible?
- Comment le produit sera-t-il partagé?

## Mettre les points sur les i et les barres sur les t

Lorsque vous approchez de la phase finale du développement de votre produit, il est bon de vérifier si tous les besoins de votre client sont satisfaits, en vous basant sur votre plan de MdC et les modifications apportées en cours de route. Un bon moyen d'en garder la trace est de créer une feuille de suivi ou une liste et, avant de donner le sceau d'approbation final, assurez-vous d'envoyer le produit au client pour qu'il l'examine. La véritable étape finale consiste à évaluer l'efficacité du produit. Il peut s'agir d'une évaluation verbale par vos utilisateurs finaux ou d'une enquête envoyée avec une incitation (par exemple, un tirage au sort) aux participants.

Pendant la phase de finalisation, j'ai dû faire appel à des compétences de collaboration. À plusieurs reprises, j'ai effectué une tâche qui avait déjà été accomplie par un membre de l'équipe. Comme j'ai l'habitude de travailler seule, apprendre à collaborer efficacement est l'une des compétences qui, selon moi, m'aidera à progresser au niveau professionnel!



**Sonya**



**Tanisha**

Parfois, nous sommes notre pire critique. Lorsque nous portons un regard sur nos propres réalisations, nous avons tendance à nous concentrer sur les défauts et souhaiterions pouvoir revenir en arrière pour changer des détails. Je pense que si nous nous engageons à diffuser des informations par le biais de la MdC, à travailler en étroite collaboration avec nos clients et à tirer les leçons de nos erreurs passées, nous commencerons à avoir davantage confiance en notre travail et à développer des moyens pour créer des livrables réussis, qui reflètent mieux nos compétences et nos capacités en constante évolution.

# Évaluation et analyse d'impact

## Votre stratégie et ses objectifs

Quels résultats souhaitez-vous générer avec votre stratégie de MdC? Votre évaluation doit être cohérente avec votre théorie du changement. Lorsque vous planifiez une stratégie avec votre client, veillez à avoir une idée claire de ce que vous souhaitez évaluer, et comment (plus c'est précis, mieux c'est). Des objectifs clairs permettront d'assurer que les données collectées serviront un but spécifique et seront par la suite utilisables par votre client, afin de poursuivre ses efforts de mobilisation. Si les objectifs de l'évaluation ne sont pas clairs, il y a de fortes chances que les données collectées soient inutiles.

- **Tanisha** a utilisé deux méthodes pour évaluer son produit final. L'utilisation de données quantitatives (comme une échelle de Likert) peut être utile, mais la collecte de données qualitatives permet d'expliquer vos résultats quantitatifs.
- **Mackenzie** a trouvé le tableau ci-dessous bien utile, qui se trouve dans **cet outil d'évaluation** (disponible en anglais seulement).

Evaluation level	What questions are addressed?	How will the information be gathered?	What is measured or assessed?	How will the information be used?
1. Participants' reactions	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Did they like it?</li> <li>• Was their time well spent?</li> <li>• Did the material make sense?</li> <li>• Will it be useful?</li> <li>• Was the leader knowledgeable and helpful?</li> <li>• Were the refreshments fresh and tasty?</li> <li>• Was the room the right temperature?</li> <li>• Were the chairs comfortable?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Questionnaires administered at the end of the session</li> <li>• Focus groups</li> <li>• Interviews</li> <li>• Personal learning logs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Initial satisfaction with the experience</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• To improve program design and delivery</li> </ul>



J'ai utilisé la méthode SMART pour évaluer les connaissances acquises par nos utilisateurs cibles lors de la navigation sur le site web.

SMART est un acronyme définissant un objectif spécifique, mesurable, atteignable, réaliste et temporel. Nous voulions évaluer l'impact pédagogique de notre site web en ajoutant une question rapide au bas de chaque page afin d'évaluer l'acquisition de connaissances.



**Sonya**



Je prévois réaliser une enquête à la fin de l'atelier afin de disposer de données sur les indicateurs d'utilité et de portée (voir la **boîte à outils de Ghent** pour plus de détails). Cependant, pour les petits livrables, tel que le travail sur la présence de ma cliente sur les médias sociaux, je me suis fiée à ses commentaires pour savoir si les objectifs étaient atteints ou non. Lorsque j'ai conçu des logos, j'ai proposé plusieurs options et le groupe TESOL Sans Frontières a choisi son préféré.



**Jessica**

# Mot de la fin

Si vous pouviez vous donner un seul conseil...



**Jessica**

Tu ne peux pas savoir si tu ne demandes pas, alors n'attends pas pour poser une question !



**Mackenzie**

Sois prête et disposée à t'adapter!



**Tanisha**

Profite de cette occasion pour développer de nouvelles compétences!



**Sonya**

N'aie pas peur de ton *leadership*!



**Katy**

Fais confiance à tes compétences et aie confiance en ce que tu peux faire !



# Remerciements



## Un remerciement spécial

La réalisation de ce guide n'aurait pas été possible sans le soutien et la rétroaction des personnes suivantes :

- Raphaëlle Mercier Gauthier, Université Bishop's
- Prof. Suzanne Hood, Université Bishop's
- Prof. Sunny Man Chu Lau, candidate CRC en enseignement plurilingue
- Prof. Heather Lawford, CRC en développement de la jeunesse
- Julia Levin, Réseau Impact Recherche Canada
- Prof. Matthew Peros, CRC en changements climatiques et environnementaux
- Prof. Jason Rowe, CRC en astrophysique des exoplanètes
- Prof. John Ruan, candidat CRC en astrophysique multi-messagers