

Modèle d'activité pour le remue-méninges sur les billets de blogue! 🧠 ⚡

Idée principale :

Objectif :

Auteur·rice·s :

Remplissez les sections du modèle ci-dessous à l'aide de vos « ingrédients ». 🧑🍳

Conseil : Utilisez les listes de contrôle à puces pour marquer le passage de l'idéation à la création (« cochez » les cases une fois que le billet de blogue comprend les renseignements concernés)!

Points à retenir. 🙌	Sentiments qui parleront au lectorat. 🗨️	Relations. 👥	Travail à publier de manière ouverte? ⚙️	Point(s) à signaler. 🚩
Explications. 🤔	Preuve. 🧐	Collaborations? 🤝	Réflexions percutantes? 💬	Appel(s) à l'action. ✨
Introduction Sujet et objectif.	•			
Idée principale n° 1 Appuyez-vous sur vos ingrédients.	•			
Idée principale n° 2 Appuyez-vous sur vos ingrédients.	•			
Idée principale n° 3 Appuyez-vous sur vos ingrédients.	•			
Conclusion Idées à retenir et appel à l'action.	•			

Légende!

« Ingrédient » de billet de blogue. 📄

Son utilité dans la recette! 🧑🍳

Idées à retenir. 🙌

Que voulez-vous que le lectorat retienne de ce contenu?

Indice : Il s'agit probablement des idées principales de votre billet de blogue. Votre introduction et votre conclusion devraient faire office de résumés.

Explications. 🤔

Expliquez chaque idée principale à l'aide de sous-titres.

Pourquoi s'agit-il d'un point à retenir? Qu'y a-t-il de si important à propos de cette idée?

Sentiments qui parleront au lectorat. 🤗

Le lectorat s'implique davantage et se souvient mieux des histoires lorsque celles-ci lui parlent.

Si vous incluez dans votre billet de blogue des sentiments et des expériences qui lui permettront de se sentir concerné (ou dont il se souviendra), vous augmenterez les chances que votre billet de blogue atteigne ses objectifs, que ce soit en matière d'influence, de changement ou autre.

Preuve. 🧐

Tout ce qui peut aider à étayer votre idée, comme des liens vers des travaux d'autres personnes appuyant vos propos.

Par exemple : Politiques ou directives du GC, preuves de concept, rapports, etc.

Relations.

Rendez à César ce qui lui appartient et reconnaissez ceux et celles qui sont venu·e·s avant vous.

Vous n'êtes probablement pas la première personne à vous pencher sur ce sujet. Il se pourrait que d'autres équipes du GC travaillent dessus (y compris au sein de votre propre ministère), que des universitaires fassent des recherches dessus, ou que d'autres personnes avant vous aient tenté de faire ce que vous faites (ce qui peut aider à soutenir vos idées).

Collaborations?

Si l'objectif du billet de blogue est d'avoir une influence réelle, il se peut que des collègues puissent vous aider à améliorer vos résultats. Invitez-les à collaborer! Au gouvernement du Canada, nous ne formons qu'une seule et même équipe.

Posez-vous ces questions : Y a-t-il d'autres équipes qui font un travail similaire au vôtre et que vous pourriez citer? Votre travail peut-il leur être utile?

Collaborer avec d'autres équipes pourrait par exemple vous aider à surmonter des obstacles, ce qui pourrait ensuite servir de « preuve » étayant votre idée principale.

Travail à publier de manière ouverte?

Lorsque cela est possible, le fait de publier du travail de manière ouverte est une excellente façon de gagner la confiance du public et d'améliorer la qualité des résultats. Mais le travail ouvert ne se limite pas aux blogues! GitHub peut notamment stocker des présentations, des rapports et d'autres documents.

N'oubliez pas d'accepter les critiques avec humilité : elles peuvent améliorer les services publics ainsi que leur incidence sur la population du Canada.

Réflexions percutantes? 

Avez-vous des citations ou réflexions percutantes sur le sujet de votre billet de blogue (comme des métaphores ou des analogies) qui pourraient s'avérer utiles ou captivantes? Il peut s'agir des vôtres ou de celles d'une autre personne!

Si vous n'en avez pas encore, ce n'est pas un problème : l'équipe de narration est là pour vous aider.

Point(s) à signaler. 

Y a-t-il des réflexions à signaler au lectorat sur le sujet du billet de blogue?

Exemple : contexte influençant la prise de décisions.

Appel(s) à l'action. 

Que voulez-vous que votre public fasse une fois sa lecture terminée? À quelle action l'invitez-vous?

il pourrait s'agir d'adopter un certain état d'esprit, d'essayer un outil, de contacter x pour y, de fournir de la rétroaction, etc.