

Les messages clés, au cœur de tout

Les messages clés sont au cœur de ce que vous produisez, que ce soit une présentation orale ou un rapport écrit.

Les messages les plus forts sont les plus simples. Evitez de surcharger votre idée : trop d'information tue le message !

Vos messages clés doivent être **spécifiques, concrets, pertinents** et **accessibles à vos audiences**. Ils doivent faire le lien entre votre travail et les intérêts de votre public-cible.

Vos publics-cibles peuvent comprendre une cible interne, par exemple quand il s'agit de situer votre domaine d'expertise dans un contexte plus large.

Votre message clé doit avoir pour objectif de répondre à la question : **quelle est l'étape suivante ?**

Une fois que vous avez développé vos messages clés, ils seront la base essentielle de tout autre document que vous produisez : déclarations, discours, fiches infos, questions fréquemment posées, etc.

Les messages clés sont faciles à transmettre – et faciles à recevoir ! Ils amélioreront la qualité de vos communications grâce à leur **clarté**, leur **positionnement** et leur **précision**.

Développer votre message clé

Commencez par identifier tous les éléments que vous souhaitez communiquer à votre public-cible, puis reprenez les points les plus importants.

- Quelle est la chose la plus importante à dire ?
- Quelle est la principale préoccupation de votre public-cible ?
- Peaufinez le langage choisi jusqu'à ce qu'il soit accessible au plus grand nombre. Débarrassez-vous du jargon.
- Simplifiez, simplifiez, simplifiez. Si vous ne pouvez pas l'inscrire sur un t-shirt, ce n'est pas un message clé.
- Limitez vos messages au nombre de trois ; commencez par un postulat initial.
- Utilisez la voix active, et soyez positifs !
- Une fois que vous avez votre message, étayer le à l'aide d'un exemple : plus celui-ci est visuel, mieux c'est.
- Testez votre message sur quelqu'un qui ne s'y connaît pas : s'ils ne comprennent pas votre message clé, retravaillez-le.

- Adaptez votre message à votre public-cible – mais restez cohérents et ne deviez pas de votre message principal, peu importe votre interlocuteur.

