Girl Focus Toolkit

Design Guide

Girl Effect

Gavi
The Vaccine Alliance

Introduction

Bienvenue dans le Guide de Conception du Girl Focus Toolkit.

Le but de ce document est de nourrir et guider vos communications et votre créativité avec tous les conseils nécessaires pour donner vie à votre campagne de vaccination contre le VPH. L'intégralité des éléments de création et de support sont téléchargeables depuis le volet essource de Conception sur **girlfocustoolkit.org**

En suivant les recommandations détaillées au fil de ces pages, vous vous assurerez que votre campagne soit aussi attrayante et efficace que possible. Mais bien évidemment, chaque pays est différent.

Pour cette raison, les règles et recommandations fournies permettent une certaine souplesse. Les campagnes sont adaptables à la culture de votre pays et à vos besoins spécifiques de communication.

Sommaire

Section 1: Aperçu

p. 5 A qui s'adresse ce guide

p. 6 Comment utiliser ce guide

p. 7 Sélection des axes de conception

p. 8 Conception pour des publics spécifiques

p. 9 Conception des messages

p. 10 Médias

Volet 2: Directives détaillées

p. 12 Sélection des axes de conception

p. 13 L'axe des illustrations

p. 19 L'axe des photographies

p. 25 Conception pour des publics spécifiques

p. 28 Conception des messages

p. 35 Médias traditionnels, publicité digitale et animations

p. 36 Format impression

p. 43 Digital

p. 45 Animations

p. 46 Scripts radio

Volet 3: Réseaux sociaux

p. 48 Planifier votre campagne sur les réseaux sociaux

Liens utiles et informations de contact

p. 58 Ressources et liens des supports

Volet 1: Aperçu

Girl Focus Toolkit

Design Guide

A qui s’adresse ce guide?

Ce guide de conception est destiné aux responsables de communication et aux agences de création.

Responsables de communication

Ce guide vous aide à prendre des décisions et à informer votre agence de création. Le volet 1 illustre les décisions clés que vous serez amené à prendre à cette étape, et les sections 2 et 3 vous àideront à briefer vos agences de vos créations.

Agence de création

La section 2 de ce guide fournit des conseils et des détails sur la façon de développer les supports de communication.

A qui s’adresse ce guide?

Si vous souhaitez utiliser une partie des ressources axées sur les filles déjà développées, ce guide de conception vous aidera à briefer votre agence de création et démarrer votre campagneen ce sens. Avant d’informer votre agence, cela vaut la peine de prendre en compte les éléments suivants:

1. Laquelle de nos deux directions créatives (axes) préférez-vous?

Allez à la page 7 de ce guide.

2. Quels canaux souhaitez-vous utiliser?

Allez au volet 3 du Guide Étape par Étape disponible sur girlfocustoolkit.org

3. Quelles sont les compétences et les capacités des agences de création disponibles?

Si elles sont qualifiées et capables de développer des matériaux plus pertinents pour les filles de votre pays, référez-les au volet 2 de ce guide.

Sinon, si vous préférez qu’elles travaillent avec des supports de conception déjà existants, votre agence de création peut télécharger les modèles en haute résolution à partir de la section Ressources de Conception sur girlfocustoolkit.org.

Lorsque les modifications ont été apportées, afin de mieux refléter la mise en oeuvre de la vaccination dans votre pays, ces actifs peuvent alors être déployés pour la production.

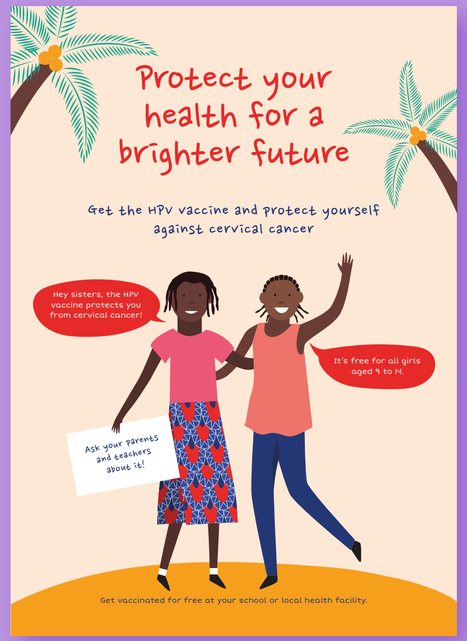
4. Souhaitez-vous envisager les réseaux sociaux pour votre campagne?

La gestion efficace des réseaux sociaux est un art et nous vous recommandons d’obtenir le soutien d’une agence spécialisée pour vous permettre de construire une campagne forte.

Dans le volet 3 de ce guide, nous partageons quelques ressources et directives que vous pouvez utiliser.

Sélectionner votre axe créatif

1. Toolkit d’illustrations

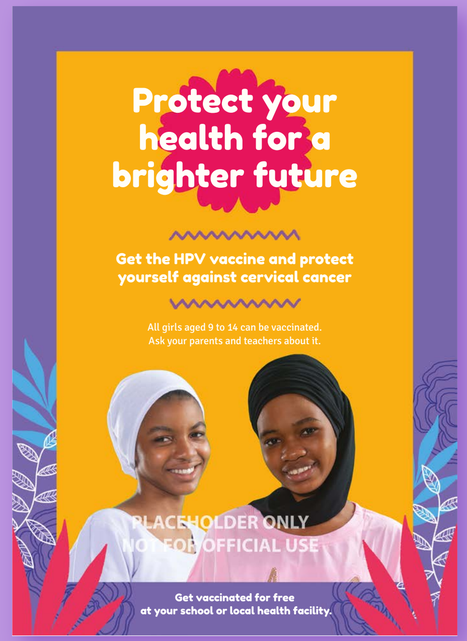


Cet axe dynamique et attrayant peut être adapté en fonction de votre cible et répondre à vos besoins en termes de messages.

L’illustration est un moyen efficace de représenter une diversité ethnique. Nous avons créé une série de personnages et de supports qui sont prêts à l’usage. Avec l’illustration, il y a plus de possibilités d’effectuer des mises à jour et des améliorations.

Pour obtenir des conseils détaillés sur cette direction créative, allez à la page 13.

2. Toolkit de photographie



La direction photographique réaliste peut créer une campagne attrayante à laquelle le public peut directement s’identifier.

Cet axe dépend également de photographie de haute qualité qui peut être plus difficile à mettre à jour et à modifier à un stade ultérieur de la campagne.

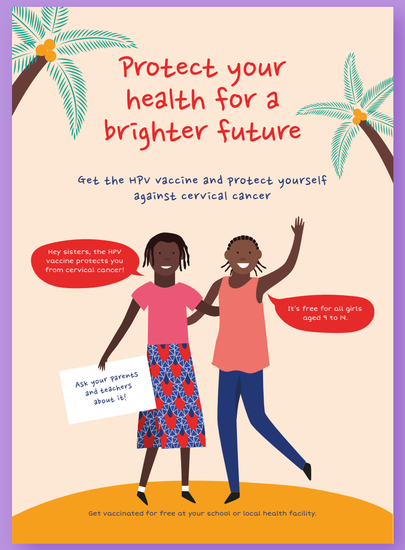
Pour des conseils détaillés sur cette direction créative, allez à la page 19.

Concevoir pour des cibles spécifiques

Les deux axes ont été conçus pour permettre une adaptation sur mesure à vos publics spécifiques. Nous recommandons que ceux-ci incluent les filles, les référents (c'est-à-dire les parents et autres tuteurs) et / ou une combinaison des deux publics. Vous trouverez ci-dessous trois exemples de visuels clés pour chaque public, qui peuvent constituer la base de toute votre production créative lors du développement de votre campagne.

Le format de type affiche de ces visuels clés est également approprié pour les tests en recherche, dont les résultats peuvent ensuite soutenir le développement d'autres formats de médias dans votre campagne.

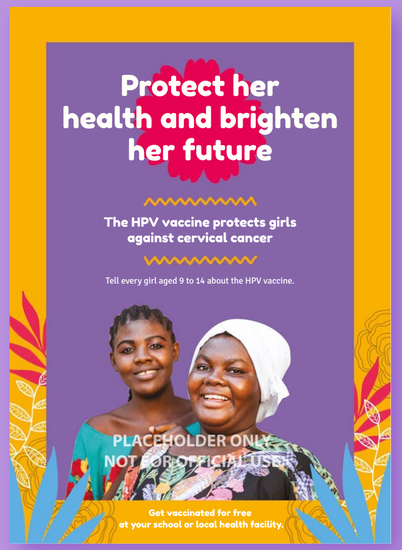
Pour les Filles:



Ici, nous parlons directement à la fille: «protégez VOTRE santé». Ces visuels montrent également des filles en action, en groupes de deux ou plus.

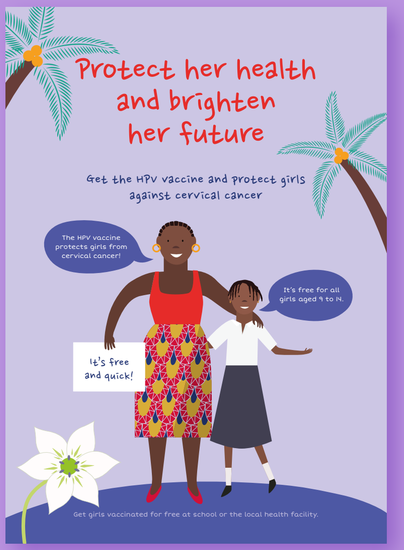
Ces supports peuvent être déployés dans des lieux fréquentés uniquement par des filles: canaux de réseaux sociaux, dépliants distribués à l'école, etc.

Pour les parents et les référents:



Ici, nous adaptons le message à la troisième personne: «Protégez la santé des filles».

Ces visuels peuvent montrer soit une mère et sa fille ensemble, soit un groupe de mères / référents et filles.



Ces supports peuvent être utilisés dans les lieux communs fréquentés par les filles et leurs parents / référents.

Conception des messages

Faire comprendre vos messages est essentiel pour interagir avec votre cible et transmettre des informations claires et utiles.

Dans cette section, nous fournissons des conseils sur la manière de structurer vos messages sous différents formats. Par exemple, le visuel ci-dessous a été développé pour la campagne au Libéria et a suivi cette structure simple de conception des messages:

Message principal

Copie du support

Appel à l'action

Message secondaire

Copie du support

Appel à l'action

Média

Les deux axes peuvent être utilisés sur différents canaux publicitaires. À la page 28, nous vous illustrerons comment développer votre campagne de cette manière.

Les liens vers tous les éléments et modèles téléchargeables dont vous avez besoin pour créer votre campagne se trouvent dans Ressources de Conception.

Volet 2: Guide détaillé

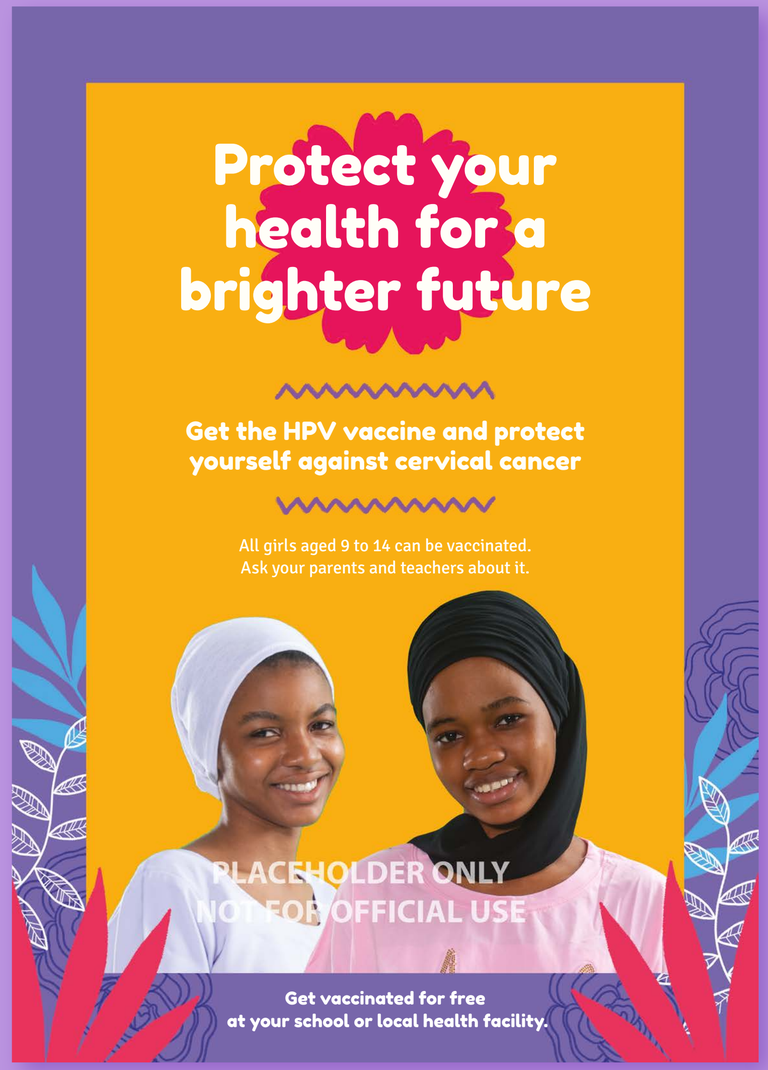
Ce volet est destiné à vous aider à briefer et à guider votre agence de création sur la façon d'adapter les supports, et comprend:

- Des conseils sur l'utilisation des deux axes
- La manière dont les supports fonctionnent pour les filles et leurs référents
- La structure des messages
- Des conseils sur la façon dont la conception et le contenu peuvent fonctionner pour les différents canaux

Girl Focus Toolkit

Design Guide

Sélectionner votre direction créative



Utiliser la direction illustrative

Au cours des prochaines pages, nous vous montrerons comment utiliser la direction illustrative et comment elle pourrait être appliquée à différents contextes.

Les liens vers tous les éléments et modèles téléchargeables dont vous avez besoin pour créer votre campagne se trouvent dans Ressources de Conception.

Guide de création pour la direction illustrative

1. Aérer le visuel

Assurez-vous qu'il y a suffisamment d'espace libre entre les graphismes, le contenu et les messages. Les lignes en magenta sur le visuel de droite montrent l'espace requis entre les extrémités de l'affiche, le contenu et les graphismes.

2. Police du message clé

La police du message clé s'appelle "Sunday Morning" et est un style manuscrit audacieux et amusant. Vous pouvez constater que certains accents ou typographies devront être ajoutés lorsque vous travaillez avec certaines langues. Le contenus et les messages ressortent mieux lorsqu'ils sont alignés vers le centre.

3. Graphismes secondaires

Ceux-ci sont utilisés pour intégrer une pertinence culturelle locale à la création. Ils sont cependant a utilisés avec subtilité pour ne pas encombrer le visuel et assurer la clarté du message.

4. Message secondaire

Gardez un espace libre entre le message clé et le message secondaire, afin que le message puisse être clairement lu. Laissez un espace similaire entre le message secondaire et les personnages. Utilisez une couleur alternative à la police du message clé pour le différencier et attirer l'attention.

Guide de création pour la direction illustrative

5. Bulles de messages

Placez-les à côté des têtes et des bouches des personnages qui parlent. Essayez de vous assurer que les bulles ne chevauchent pas les graphismes.

6. Message supplémentaire

Placez les personnages principaux au centre de l'affiche et laissez suffisamment d'espace libre pour ne pas encombrer le visuel et les bulles pourront ainsi être utilisées pour contenir les textes. Essayez également de ne pas empiéter sur le titre / message secondaire.

7. Message supplémentaire

Lorsqu'un message supplémentaire est requis, une pancarte blanche, tenue par un personnage, peut être utilisée. Assurez-vous que le texte sur la pancarte soit suffisamment net pour, il doit être lisible et la pancarte soit assez petite pour ne pas empiéter sur l'autre contenu.

8. Base / Call to action

Cela maintient les personnages en position sur la page et contient le "call to action".

9. Emplacement du logo du partenaire

Lorsque les logos des partenaires doivent être inclus, utilisez une barre blanche en bas de l'affiche pour les illustrer, de sorte qu'ils soient clairement visibles.

Illustrer les personnages

Lors de la création des personnages, il est important de prendre en compte l'appartenance ethnique, le sexe, l'âge, les vêtements, la coiffure, l'expression faciale et la posture. En fin de compte, le public veut se voir, et se voir représenté ainsi que sa société. Ils veulent également que toutes les filles reçoivent et bénéficient du vaccin contre le VPH.

Les personnages souriants aident à transmettre un sentiment de confort et de positivité autour du vaccin contre le VPH.

Les personnages illustrés doivent être bien habillés et bien présentés, car ils représentent leur nation et le public s'attend à ce que les illustrations de leurs compatriotes soient crédibles.

Les personnages qui montrent des signes de mouvement positif et de contact humain impliquent des éléments de dynamisme, d'amour et de soutien.

Illustrer les filles

Pour illustrer des filles, il est important qu'elles puissent être facilement identifiées comme des filles et de l'âge officiel de vaccination.

En particulier, les vêtements et les coiffures sont des signes de différenciation clés, car les cheveux courts, les pantalons ou les shorts peuvent facilement être confondus avec les garçons. Représenter une fille en uniforme scolaire peut aider à confirmer l'âge de la cohorte de vaccination (bien que montrer un ami en tenue non scolaire contribue également à refléter les filles non scolarisées).

Les filles sont mieux représentées avec une taille similaire, sinon l'estimation par le public de l'identité et de l'âge des filles varie considérablement.

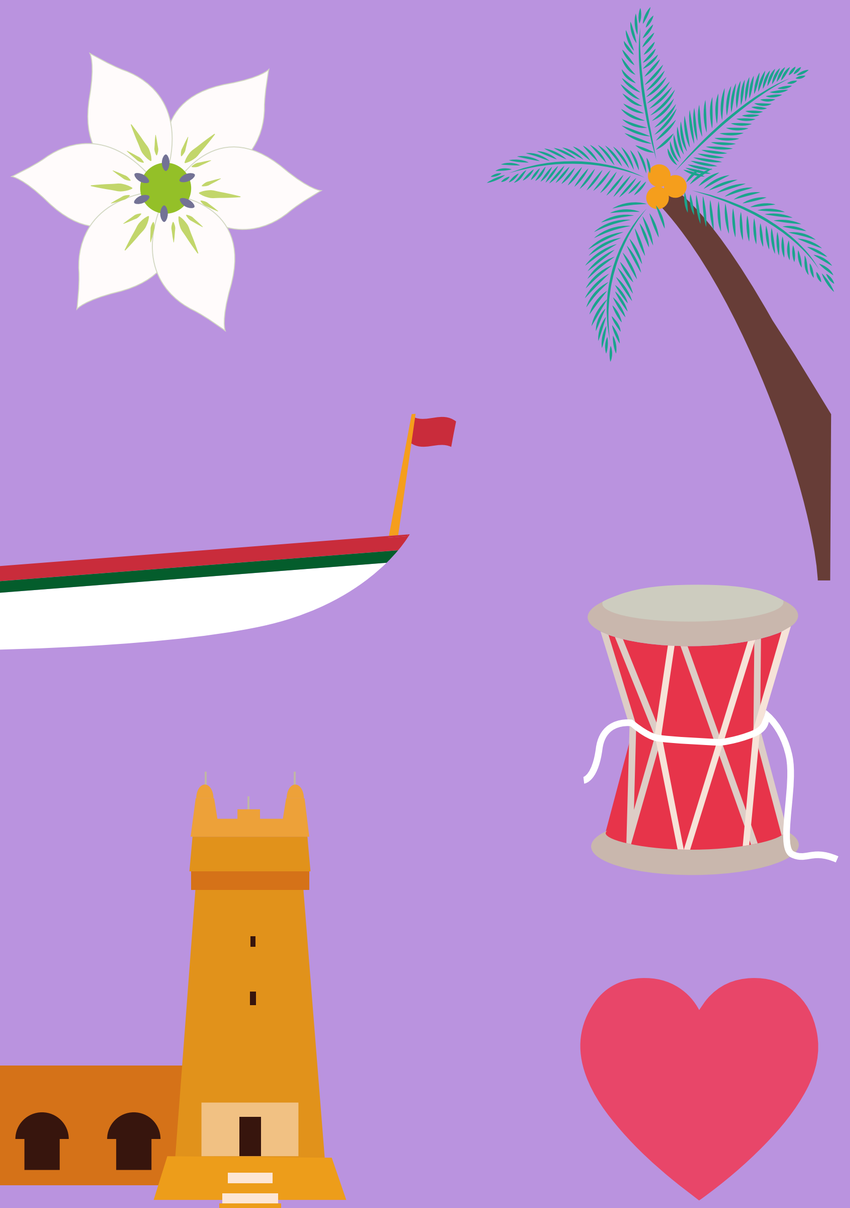
Illustrer des éléments supplémentaires

L'illustration d'éléments supplémentaires permet de situer l'imagerie de base dans un contexte familier et attrayant. Des éléments supplémentaires peuvent également être utilisés efficacement pour la direction photographique.

Les filles en particulier sont très sensibles aux images reflétant les thèmes de l'amour et du monde naturel - par exemple les fleurs, les arbres, le cœur d'amour.

Le public apprécie également de voir des emblèmes nationaux emblématiques (par exemple des fleurs nationales, des bâtiments emblématiques, des drapeaux, etc.) car ils créent un sentiment d'unité et d'importance pour le vaccin contre le VPH.

L'utilisation d'un logo médical ou de santé peut aider à réaffirmer que le sujet est lié à la santé.



Utiliser la direction photographique

Au cours des prochaines pages, nous vous montrerons comment utiliser la direction photographique et comment l'intégrer à différents canaux multimédias.

Les liens vers tous les éléments et modèles téléchargeables dont vous avez besoin pour créer votre campagne se trouvent dans la section Ressources de Conception.

Guide de création pour la direction photographique

1. Aérer le visuel

Assurez-vous qu'il y a suffisamment d'espace libre entre les graphismes, le contenu et les messages. Les lignes en magenta sur le visuel de droite montrent l'espace requis entre les extrémités de l'affiche, le contenu et les graphismes.

2. Police du message clé

La police du message clé s'appelle "Cordelia" et est un style manuscrit audacieux et amusant. Vous pouvez constater que certains accents ou typographies devront être ajoutés lorsque vous travaillez avec certaines langues. Le contenus et les messages ressortent mieux lorsqu'ils sont alignés vers le centre.

3. Graphismes secondaires

Ces motifs floraux sont placés autour des personnages, devant et derrière eux afin d'ajouter un effet en couches. Également placés en haut sur les coins de gauche / de droite autour du titre.

4. Messages secondaires

A utiliser autour des personnages, devant et derrière eux, pour ajouter un effet par couches. Ils peuvent également être placés dans les coins supérieurs gauche / droit autour du message clé.

Guide de création pour la direction photographique

5. Personnages principaux

Placez du centre vers le bas de l'affiche et laissez assez d'espace autour d'eux pour ne pas encombrer la création. Essayez de ne pas empiéter sur le titre / les messages secondaires.

6. Motifs

Des motifs tels que des plantes et des fleurs sont fournis dans les Ressources de Conception , bien que d'autres motifs puissent être créés pour refléter la culture locale et des personnages emblématiques de votre pays.

7. Call to action

Placez le "call to action" dans un coin inférieur, dans une zone de motif monochrome, pour qu'il soit plus facile à lire.

8. Emplacement du logo du partenaire

Utilisez une barre blanche au bas de l'affiche pour contenir les logos de soutien.

Le brief du photographe

L'axe photographie repose sur des photographies de haute qualité mettant en scène des jeunes filles, dont certaines sont avec leur mère.

Dans ce volet, nous fournissons des instructions claires sur la manière de re produire le style de photographie déployé dans les exemples inclus ici. L'objectif est derefléter les différentes communautés et éthnies dans les pays de manière attrayante et efficace.

La campagne incluse ici est pour la RDP Lao et met en avant des filles de 9 à 14 ans et certains de leurs référents.

Le brief du photographe

Direction créative générale

Notre campagne est axée sur la positivité, l'émancipation, la couleur et le dynamisme des femmes, avec l'implication que le vaccin contre le VPH aide les filles à mener une vie saine et épanouie. Par conséquent, la photographie doit refléter cela.

Il est très important d'obtenir un consentement écrit de toutes les personnes photographiées, et qu'elles comprennent à quoi serviront les images. Consultez les institutions compétentes de votre pays pour obtenir des conseils à ce sujet.

Le brief du photographe

Spécificités de la séance photo

Idéalement, jusqu'à 11 modèles sont requis, 8 filles entre 9 et 14 ans et 3 femmes adultes d'âges variés, par exemple la fin de la vingtaine, grands-parents de 40, 60 ou 70 ans. Si votre pays est peuplé de plusieurs ethnies, essayez de présenter des modèles qui sont aussi représentatifs que possible de celles-ci, montrant une large section transversale de votre société multi-culturelle.

Les mannequins peuvent porter des vêtements typiques et communs dans votre pays. La tenue des mannequins peut également refléter la robe des différentes ethnies vivant dans votre pays, donc cela peut se traduire par certaines filles habillés en "occidentales" et certaines en vêtements traditionnels.

Les photographies peuvent être un mélange de statiques et posé avec des modèles regardant l'appareil photo et paraissant heureuses, confiantes et souriantes. Certains clichés peuvent montrer des filles et les référents interagissants avec les bras autour de l'autre, se tenant la main ou peut-être avec un coude au repos sur une épaule.

Il faut absolument illustrer la solidarité, l'amitié et le soutien les uns pour les autres.

Pour ajouter de l'intérêt et de la diversité, nous recommandons également des photos qui montrent des filles avec leurs bras en l'air d'une manière festive, se tapant les mains ou sautant, pour démontrer la spontanéité et la joie.

Composition pour les plans posés

Plan complet de groupe / ensemble montrant tous nos modèles. Certaines peuvent être assises devant si nécessaire.

Trois ou quatre jeunes filles (9 à 11 ans)

Trois ou quatre filles plus âgées (12 à 14 ans)

Une fille et un référent

Une jeune de 9 ans et une de 14 ans

Deux filles et deux référents

Une fille de 9 ans seule

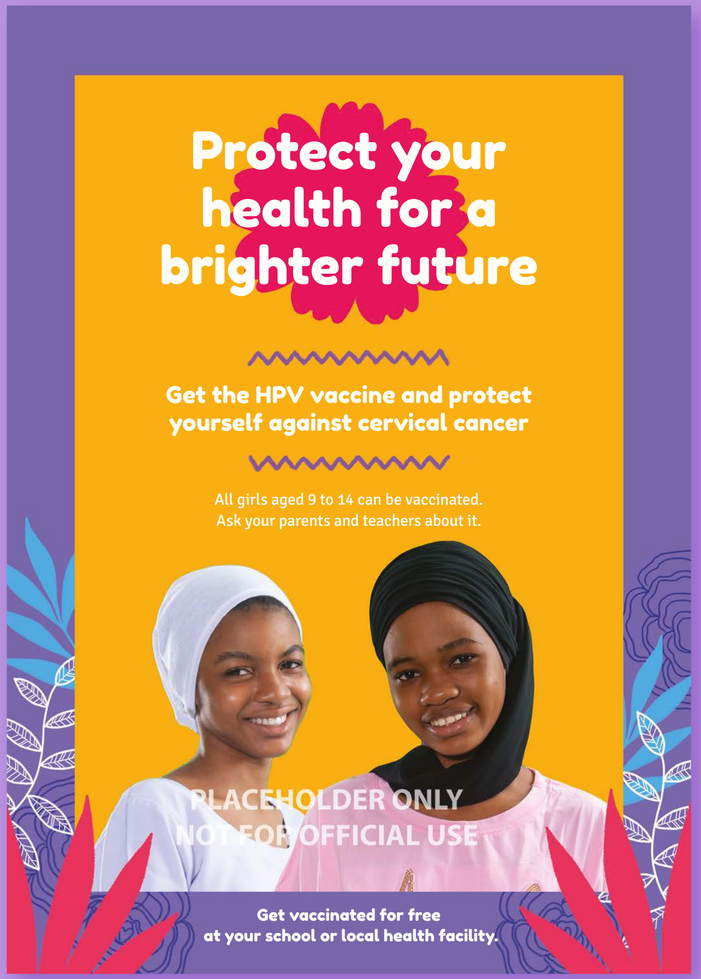
Une fille de 14 ans seule

Un de chacun des référents seuls

Concevoir des créations orientées vers une cible féminineféminine

Le vaccin contre le VPH et le cancer du col de l'utérus sont des sujets nouveaux et difficiles à aborder pour les jeunes filles. Cela rend la communication axée sur les filles importante, car elle encourage les filles et leurs référents à comprendre que le vaccin contre le VPH est sûr et efficace, et constitue une étape positive à franchir pour leur santé.

Nous recommandons, lorsque vous ciblez un public féminin, qu'au moins deux filles soient représentées ensemble pour refléter un sentiment d'amitié, d'unité et de soutien. Cette approche s'applique à la fois aux directions illustratives et photographiques.



Concevoir des créations orientées vers les filles et leurs référents

Une autre représentation très efficace est celle d'un grand groupe de filles et de référents ensemble (les référents sont les parents des filles ou ceux qui sont responsables de leurs soins quotidiens). Cela fournit un contexte aimant, solidaire et rassurant pour ce qui est un sujet inconnu. Les personnages se tenant la main ou se tenant l'un à l'autre réaffirment ce sentiment de connexion et de soutien pour ce nouveau vaccin.

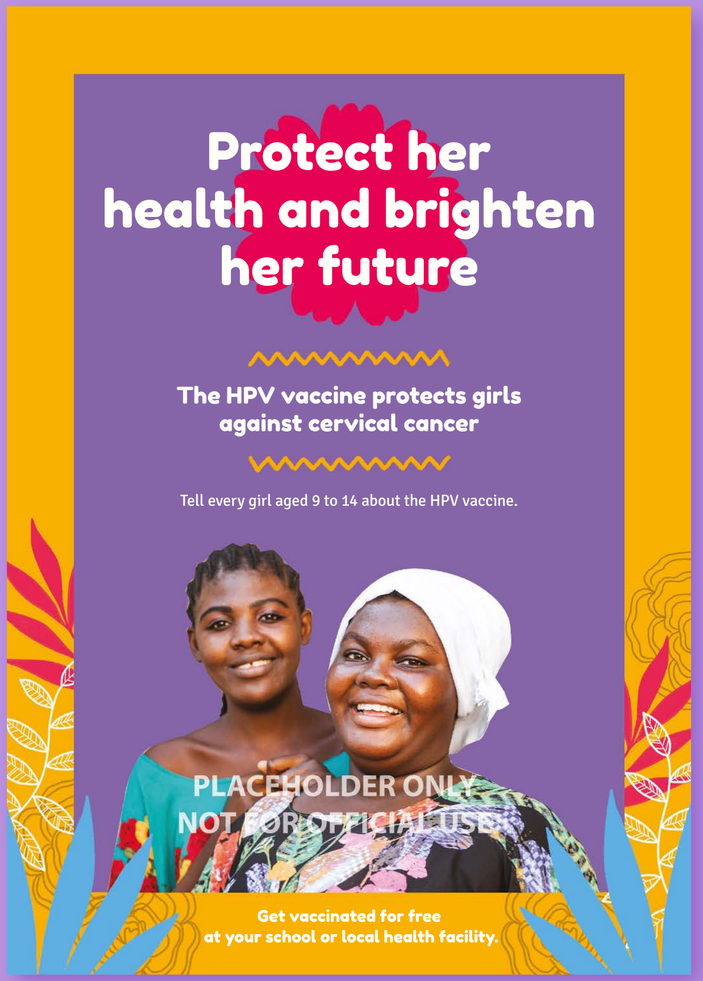
Vous pouvez inclure des référents masculins. Nous déconseillons de représenter des garçons.

Cela pourrait brouiller le message car généralement seules les filles reçoivent le vaccin.

La conception des messages est ensuite appliquée d'une manière appropriée pour le canal multimédia.

Les Filles et les Référents

Une autre représentation très efficace est celle d'un référent et d'une fille ensemble. Cette représentation aide les mères et les filles à ressentir le lien spécial entre elles et l'importance de leur santé.



Conception des messages

Au cours des prochaines pages, nous vous montrerons comment structurer et rédiger les messages de votre campagne. Ici, nous utilisons le format d'affiches, mais l'approche avec une affiche peut être reproduite pour d'autres canaux et supports médias.

Les liens vers tous les éléments et modèles téléchargeables dont vous avez besoin pour créer votre campagne se trouvent dans Ressources de Conception.

Girl Focus Toolkit

Design Guide

Planifier vos messages

Que vous utilisiez la direction photographique ou illustrative, les messages de la campagne doivent être soigneusement planifiés pour s'assurer qu'ils soient en phase avec votre public.

Les «sept C d'une communication efficace» *sont une structure utile à laquelle se référer lors de la conception des messages pour une campagne.

Titre captivant (Sens de protection et d'amour)

Attirer l'attention

Clarifier le message

Clarifier le message
Communiquer un avantage

Transmettre un message clair

Communiquer un avantage

Créer de la confiance (Mères et Filles ensemble)

Appel à l'action
Communiquer un avantage (ex: c'est gratuit)

Appel à l'action

* Williams, J. R. (1992). Les Sept C de communication efficace. Baltimore, MD: Matériel de présentation JHU / CCP.

Structure des messages

Message clé

Il devrait attirer l'attention et captiver la tête et le cœur.

Nous recommandons un ton positif et optimiste. Les filles apprécient les références à un avenir sain et les parents apprécient les références à la protection et à la prévention.

Étant donné que les illustrations ne font pas référence à la vaccination, il peut être utile de faire référence à certains aspects du vaccin dans le message clé .Il est recommandé de pré-tester les messages clés auprès des publics cibles.

Voici quelques exemples de messages clés:

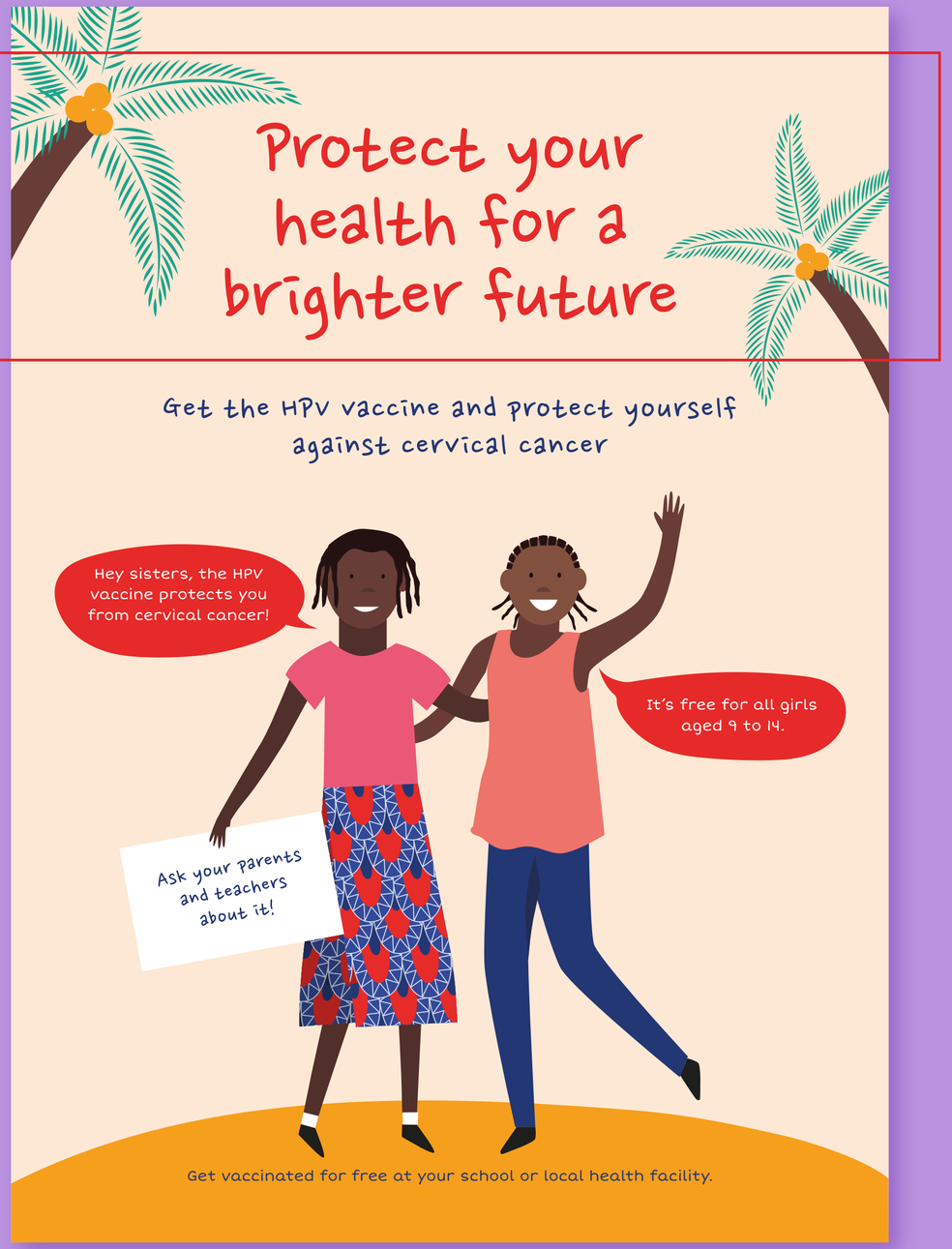
"Protégez sa santé, donnez-lui un avenir meilleur"

"Protégez-vous du cancer du col de l'utérus"

"Protégez votre santé pour un avenir meilleur"

«Nous protégeons nos filles du cancer du col de l'utérus»

«Grandissez en toute confiance»



Structure des messages

Texte

Le texte doit servir à transmettre un message clair et cohérent qui reflète les avantages de la vaccination.
Le message de support fournit une possibilité d'expliquer davantage le titre principale, c'est à dire qu'il existe un vaccin qui peut prévenir le cancer chez les jeunes filles.
Ceci est utile lorsque lorsque le titre est stimulant et positif et par exemple ne précise pas spécifiquement "vacin" ou "cancer du col de l'utérus.

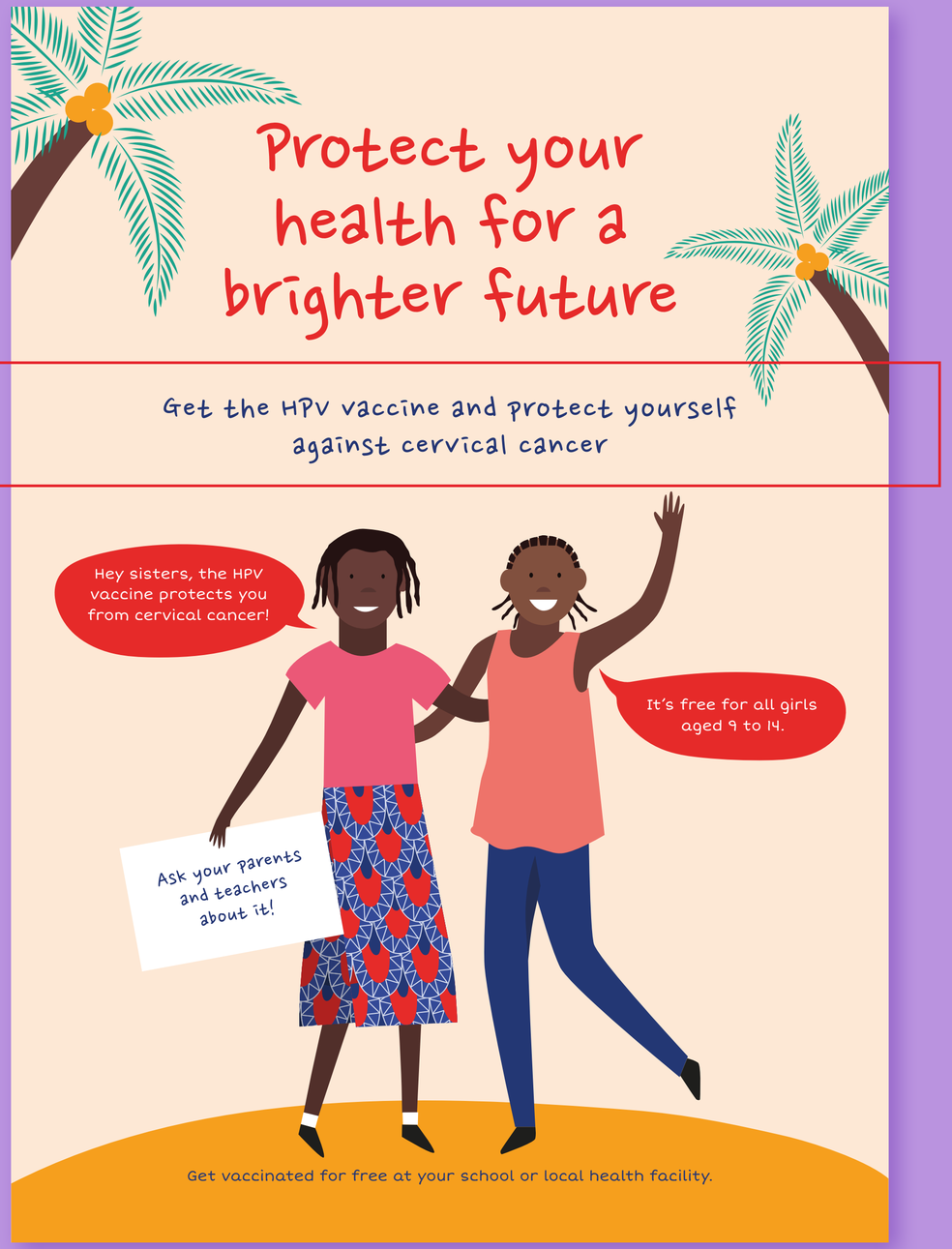
Quelques examples de messages secondaires incluent:

"Vaccin anti VPH prévient contre le cancer du col de l'utérus"

"Vaccin anti VPH protège les filles contre le cancer du col de l'utérus"

"Obtenez Vaccin anti VPH et protégez-vous contre le cancer du col de l'utérus"

"Le cancer du col de l'utérus est évitable grâce à la vaccination anti VPH!



Structure des messages

Texte

Il devrait clarifier le message et communiquer un avantage sur la vaccination contre le VPH. Les bulles (direction illustrative) engagent le public en reproduisant une conversation naturelle et incitent le lecteur à s'engager davantage sur le sujet. Un format de questions - réponses offre un aspect interactif que les jeunes publics apprécient, car ils peuvent se placer dans la conversation.

L'utilisation des noms de filles aide à normaliser le contenu et fait référence à différents groupes ethniques et affiliations religieuses.

Structure des messages

Message clé

Il doit transmettre un message cohérent et communiquer sur l'avantage de la vaccination. L'insertion de la carte blanche (direction illustrative) permet par exemple de fournir de manière concise les principaux détails concernant la vaccination. Avec la direction photographique, un espace approprié sur le dessin (ou une zone de surbrillance); où le texte peut être facilement lue, permettra d'insérer un texte de support.

Les principaux détails varient selon les pays, mais nous recommandons les examples suivants:

- Groupe d'âge et sexe de la cohorte de vaccination
- Date de la vaccination
- Lieux de la vaccination
- Deux doses sont nécessaires à un intervalle de 6 mois
- Le vaccin est gratuit

Structure des messages

Texte

Cela doit indiquer au public les étapes à suivre. Les appels à l'action vous seront fournis par votre Ministère de la santé et peuvent être affiché soit dans la carte blanche soit dans un espace adapté en bas de l'affiche.

L'appel à l'action doit être simple et facile à se rappeler ou à noter; avec pas plus de deux ou trois éléments à signaler au public. Il est important de montrer à votre public les prochaines étapes attrayantes (par exemple Facebook, SMS etc).

Médias traditionnels, publicités en ligne et animations

Posters

Vous trouverez ci-dessous une structure de messages recommandée pour les formats d'affiches. Les messages "call to action" doivent être approuvés par votre ministère de la Santé.

Pour les filles:

Message clé: Protégez votre santé pour un avenir meilleur.

Message secondaire: Recevez le vaccin contre le VPH et protégez-vous contre le cancer du col de l'utérus.

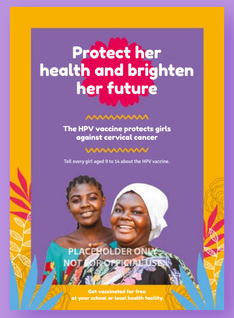
Appel à l'action: C'est gratuit pour toutes les filles âgées de 9 à 14 ans. Recevez-le dans les écoles ou centres de santé.

Pour les référents 1:

Message clé: Parents, participez à la protection de la santé de votre fille

Message secondaire: Recevez le vaccin contre le VPH et protégez les filles contre le cancer du col de l'utérus.

Appel à l'action: Recevez-le gratuitement dans les écoles ou les centres de santé locaux.

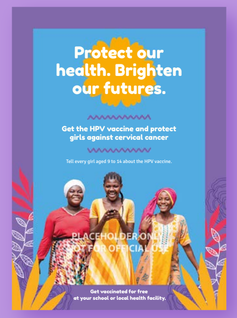


Pour les référents 2:

Message clé: Protégez sa santé et rendez son avenir meilleur

Message secondaire: Obtenez le vaccin contre le VPH et protégez les filles contre le cancer du col de l'utérus.

Appel à l'action: Recevez-le gratuitement dans les écoles ou les centres de santé locaux.



Pour les filles et les référents:

Message clé: Protégez notre santé, rendez notre avenir meilleur

Message secondaire: Obtenez le vaccin contre le VPH et protégez les filles contre le cancer du col de l'utérus.

Appel à l'action: Recevez-le gratuitement dans les écoles ou les centres de santé locaux.

Panneau d’affichage

Tout comme les affiches A0, les panneaux d’affichage n’ont qu’un temps de pause de quelques secondes et ne devraient donc apparaître qu’avec les messages clés. Voici un exemple pour les filles et les référents

Annonces presse

Comme les publicités dans la presse ont une durée de visibilité plus longue; le message peut être plus détaillé (message secondaire), si nécessaire. Découvrez des exemples ici:

Full page

Half page

Quarter page

Annonces presse - Conception des messages pour les différents formats d’insertion

Annonces presse - Conception des messages pour les différents formats d’insertion

Pour les filles

Message clé: Protégez votre santé pour un avenir meilleur.

Message secondaire: Recevez le vaccin contre le VPH et protégez-vous contre le cancer du col de l’utérus.

Bulle de dialogue: Salut les sœurs, il y a un vaccin qui peut vous protéger contre le développement du cancer du col de l’utérus plus tard dans la vie. Il s’appelle le vaccin VPH et il est accessible à toutes les filles âgées de 9 à 14 ans.

Appel à l’action: Parlez à vos parents et vos enseignants à ce sujet! Vous pouvez vous faire vacciner gratuitement à l’école ou au centre de santé le plus proche.

Pour les référents 1

Message clé: Parents, participez à la protection de la santé de votre fille

Message secondaire: Recevez le vaccin contre le VPH et protégez les filles contre le cancer du col de l’utérus.

Bulle de dialogue: Assurez-vous qu’elle grandisse en sécurité et en bonne santé, en la protégeant contre le cancer du col de l’utérus. Le vaccin contre le VPH est disponible pour toutes les filles de 9 à 14 ans pendant [mois].

Appel à l’action: Parlez à chaque fille du vaccin! Faites vacciner les filles gratuitement à l’école ou au centre de santé le plus proche.

Pour les référents 2

Message clé: Protégez sa santé et rendez son avenir meilleur

Message secondaire: Obtenez le vaccin contre le VPH et protégez les filles contre le cancer du col de l’utérus.

Bulle de dialogue: Assurez-vous qu’elle grandisse en sécurité et en bonne santé en la protégeant contre le cancer du col de l’utérus. Le vaccin contre le VPH est disponible pour toutes les filles de 9 à 14 ans pendant [mois].

Appel à l’action: C’est gratuit et rapide! Faites vacciner les filles gratuitement à l’école ou au centre de santé le plus proche.

Pour les filles et les référents

Message clé: Protégez notre santé, rendez notre avenir meilleur

Message secondaire: Obtenez le vaccin contre le VPH et protégez les filles contre le cancer du col de l’utérus.

Bulle de dialogue: Salut les sœurs, il y a un vaccin qui peut protéger les filles contre le cancer du col de l’utérus plus tard dans la vie. Il s’appelle le vaccin VPH et il est gratuit pour les filles âgées de 9 à 14 ans.

Appel à l’action: Parlez à chaque fille du vaccin! Obtenez gratuitement votre vaccin à l’école ou au le centre de santé le plus proche.t

Annonces presses

Dépliants

Les dépliants sont utiles pour approfondir la compréhension chez votre cible.
Ce format économique peut être lu, conservé et relu, ce qui permet de surmonter les obstacles à la vaccination.
Lorsque vous ciblez les filles, un simple dépliant A5 doit être utilisé. Pour les référents, un dépliant DL plus long doit être créé.

Dépliants - Structure des messages

Vous trouverez ci-dessous une structure de conception de messages recommandée pour les formats de dépliants.
Les messages “appel à l’action” doivent être approuvés par votre ministère de la Santé.

Points clés:

Message principal: Protéger la santé des filles pour un avenir meilleur.
Message secondaire: Le vaccin contre le VPH protège les filles contre le cancer du col de l’utérus
Message d’introduction: Il existe un vaccin qui peut protéger les filles contre le cancer du col utérin plus tard dans la vie. Il s’appelle le vaccin contre le VPH et il est gratuit pour les filles de neuf ans.
[Surlignez l’encadré 1] Parlez du vaccin à toutes les filles!
[Surligner l’encadré 2] Les filles devront recevoir une deuxième dose six mois après la première dose. Qu’est-ce que le vaccin contre le VPH? Chaque fille devrait grandir pour être en bonne santé et forte: Le virus du papillome humain (VPH) est la principale cause de cancer du col de l’utérus.

En [entrez votre pays], environ [entrez le nombre] de nouveaux cas de cancer du col de l’utérus sont diagnostiqués chaque année [entrez l’année des données]. La bonne nouvelle est que les filles de [entrez dans votre pays] peuvent désormais se faire vacciner contre le VPH pour se protéger du cancer du col de l’utérus:

Si les filles se font vacciner contre le VPH à [entrer l’âge des filles] ans, les chances qu’elles contractent un cancer du col de l’utérus tard dans la vie sont réduites.

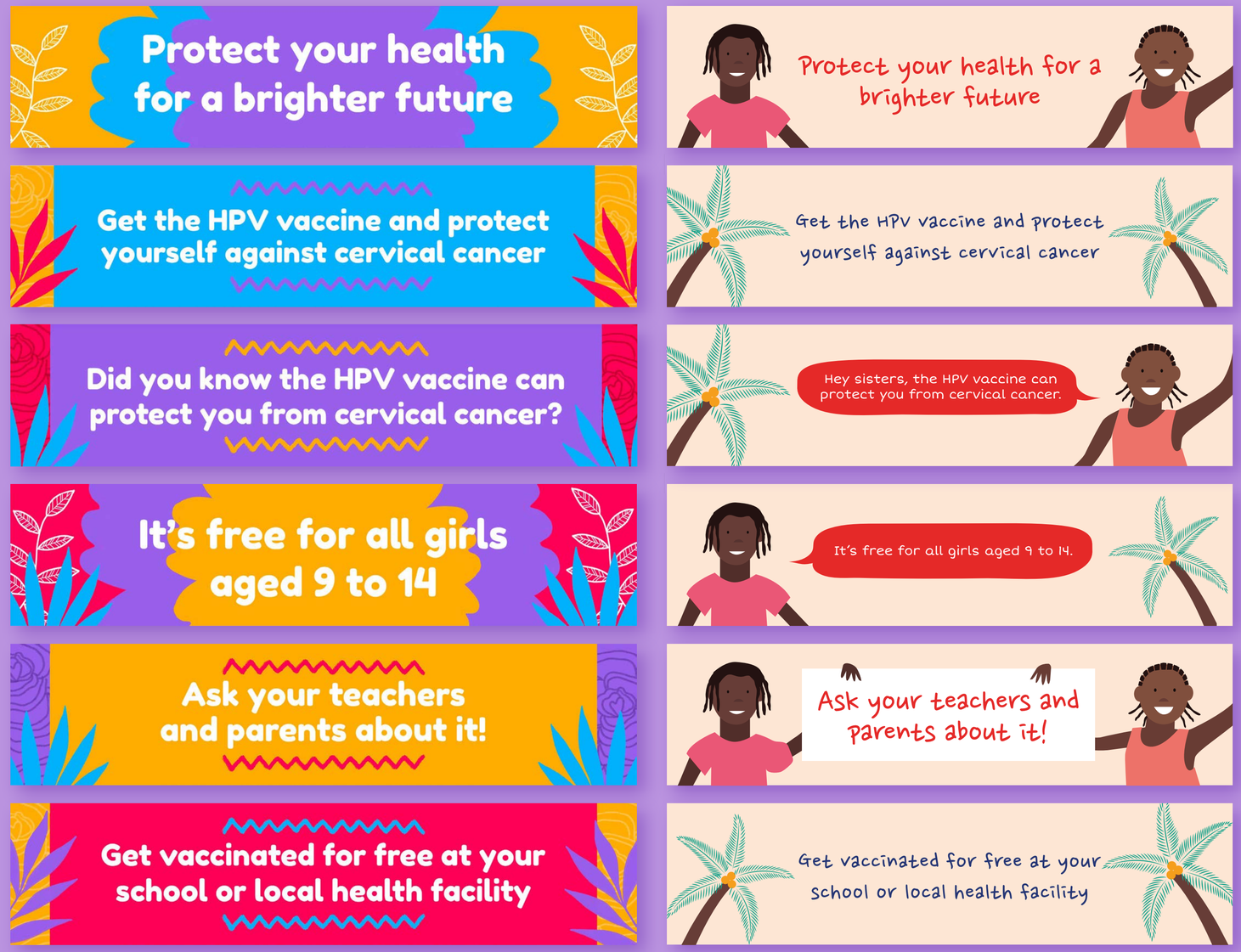
Quand et où aura lieu la vaccination? Les filles peuvent se faire vacciner gratuitement à l’école, dans les établissements de santé et au niveau communautaire à partir du [entrer la date de début]. Si une fille n’est pas présente à l’école le jour de la vaccination, elle peut toujours recevoir le vaccin à tout moment à l’école, dans un centre de santé ou un centre communautaire à proximité.

Foire Aux Questions
Q1: Pourquoi les adolescentes se font-elles vacciner contre le VPH? Le vaccin contre le VPH offre la meilleure protection aux filles de moins de 15 ans contre le cancer du col utérin plus tard dans la vie.
Q2: Combien de fois les filles ont-elles besoin du vaccin? Afin d’obtenir une protection complète contre le cancer du col de l’utérus, une fille recevra deux doses du vaccin contre le VPH.
La deuxième dose doit être administrée six mois après la première dose.
Q3: Le vaccin contre le VPH est-il sûr? Oui, le vaccin est très sûr. Il a été approuvé et recommandé par le ministère de la Santé et a été utilisé dans les pays voisins et dans de nombreux autres pays au niveau international.
Q4: Les garçons sont-ils également vaccinés contre le VPH?
La vaccination contre le VPH est réservée aux filles, car les cancers causés par le VPH touchent principalement les femmes.

Termes et conditions
[consultez votre ministère de la Santé pour ce contenu]

Publicité en ligne

Ces exemples montrent des bannières publicitaires en ligne destinées aux filles. Pour les campagnes visant les référents, veuillez recomposer chaque écran pour mettre en avant un référent et une fille, en suivant les recommandations de conception des messages à partir de la page 28 de ce document



Publicité en ligne

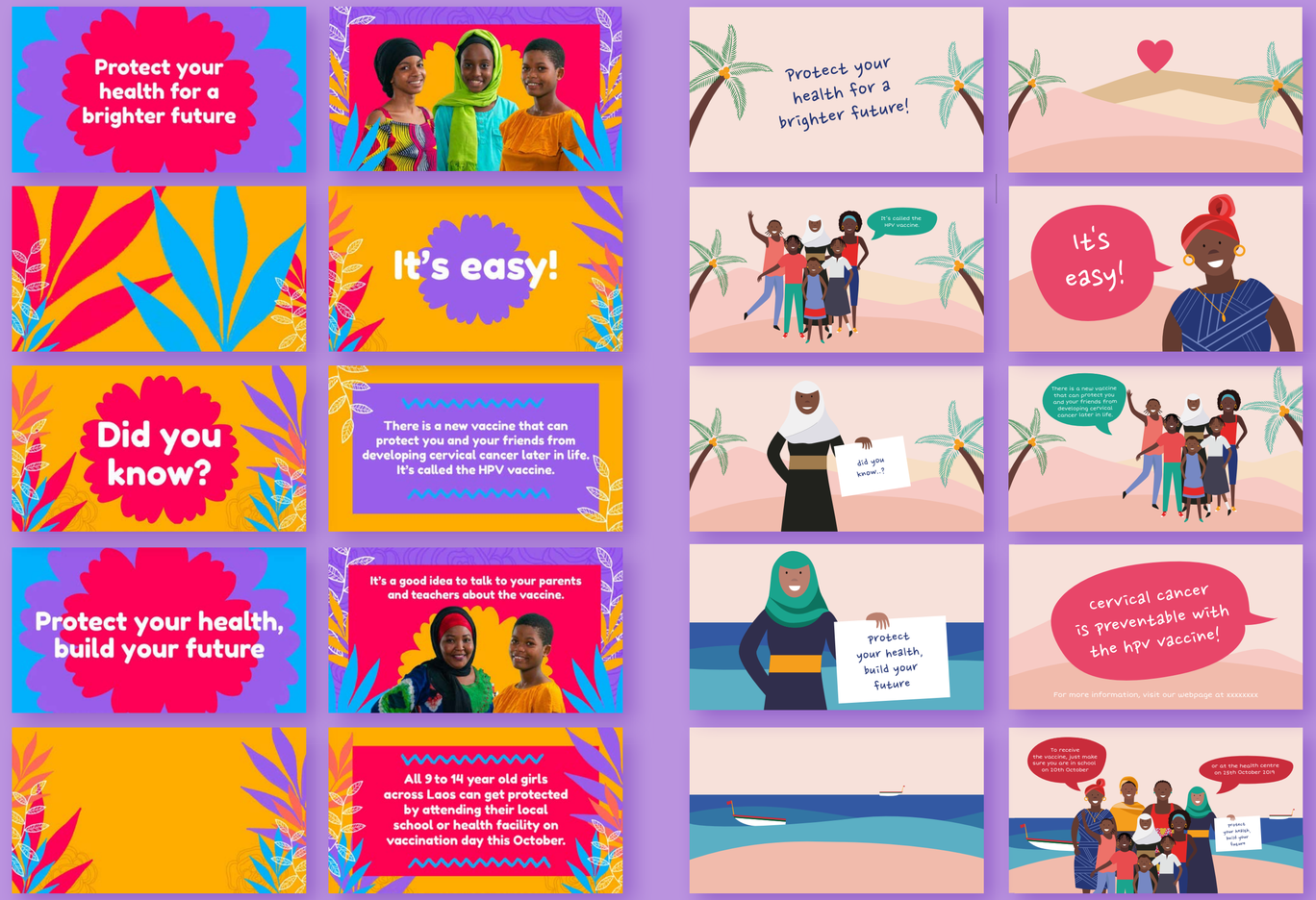
MPU animé pour les filles. Pour les campagnes en ligne destinées aux référents, veuillez recomposer chaque écran pour représenter un soignant et une fille, en suivant les recommandations de conception des messages à partir de la page 28 de ce document

Animations

Cette animation multi-usages peut être éditée et utilisée pour sensibiliser et engager. Par exemple, elle pourrait être partagée en ligne comme une publication sur les réseaux sociaux ou utilisée pour des présentations dans les écoles et les centres communautaires.

Nous recommandons l'ajout de musiques locales et d'une voix off. Sur les canaux de réseaux sociaux, la voix off n'est pas nécessaire car les utilisateurs peuvent ne pas avoir de son, mais c'est «bon à avoir» pour d'autres supports.

Vous pouvez également personnaliser les personnages et les arrière-plans pour refléter les préférences locales.



Scripts radios

La radio est un moyen efficace d'optimiser la sensibilisation de nos deux cibles. Pour répondre aux besoins des différents budgets, deux scripts sont disponibles. Le script A est créativement plus ambitieux et nécessitera des ressources de production plus élevées. Le script B est plus simple, permettant d'être produit sur un budget limité. Le "call to action" sera fourni par votre ministère de la santé

Scripts radio

Script A

SFX: salle de classe animée

VO féminine: chaque fille devrait grandir en étant forte et est bonne santé.

Fille 1: Je veux être dentiste.

Fille 2: Un pompier!

Fille 3: Je veux être enseignante.

Fille 4: Un footballeur!

Fille 5: Je vais être astronaute!

Fille 6: Je veux grandir pour être en bonne santé. C'est pourquoi j'ai fait vaccin anti VPH afin de prévenir le cancer du col de l'utérus. Voix féminine: Toutes les filles âgées de 9 à 14 ans peuvent obtenir le vaccin gratuit contre le VPH.

Il est disponible à l'école ou à votre centre de santé pendant [mois].

Alors les filles, protégez-vous contre le cancer du col de l'utérus et grandissez pour être

tout ce que vous souhaitez être.

Envoyer un SMS au [XXXXX) maintenant pour en savoir plus sur le vaccin contre le VPH.

Script B

VO féminine:

Chaque fille devrait grandir en étant forte et est bonne santé.

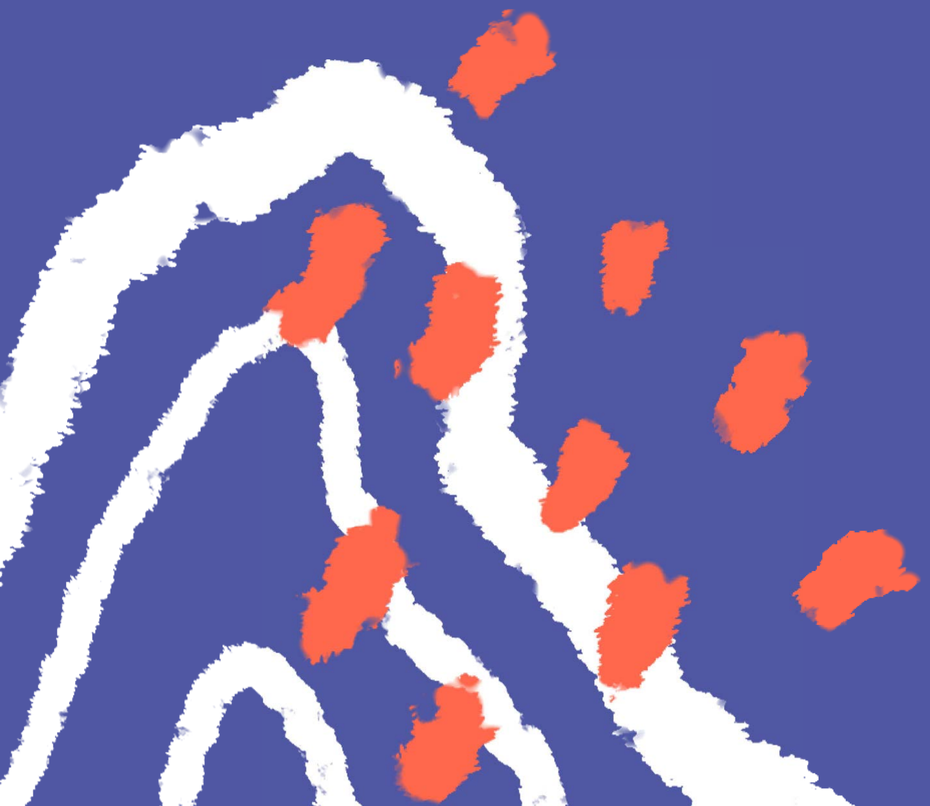
Donc, si vous êtes une fille de 9 à 14 ans, vous pouvez dès maintenant obtenir le vaccin contre le VPH qui vous protège contre le cancer du col de l'utérus.

Il est disponible gratuitement à l'école ou dans votre centre de santé le plus proche pendant [mois].

Alors les filles, protégez-vous contre le cancer du col de l'utérus.

Parlez à vos parents ou à vos professeurs au sujet du vaccin contre le VPH.

Volet 3: Réseaux sociaux

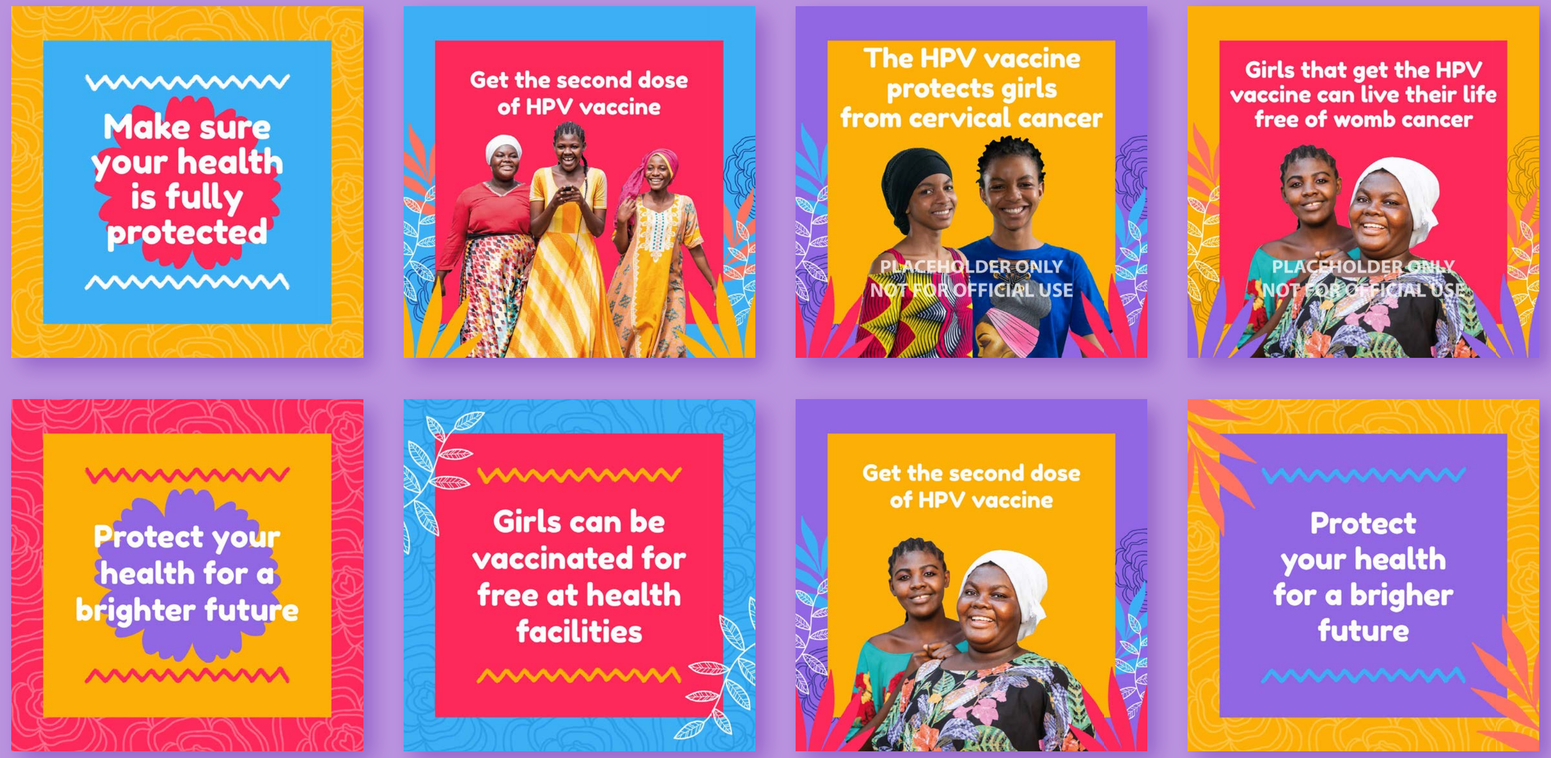


Girl Focus Toolkit

Design Guide

Publications sociales - sensibilisation

Utiliser des publications dans les réseaux sociaux préférés de chaque public vous permettra de les cibler efficacement et facilitera également le partage social pour coordonner la sensibilisation.



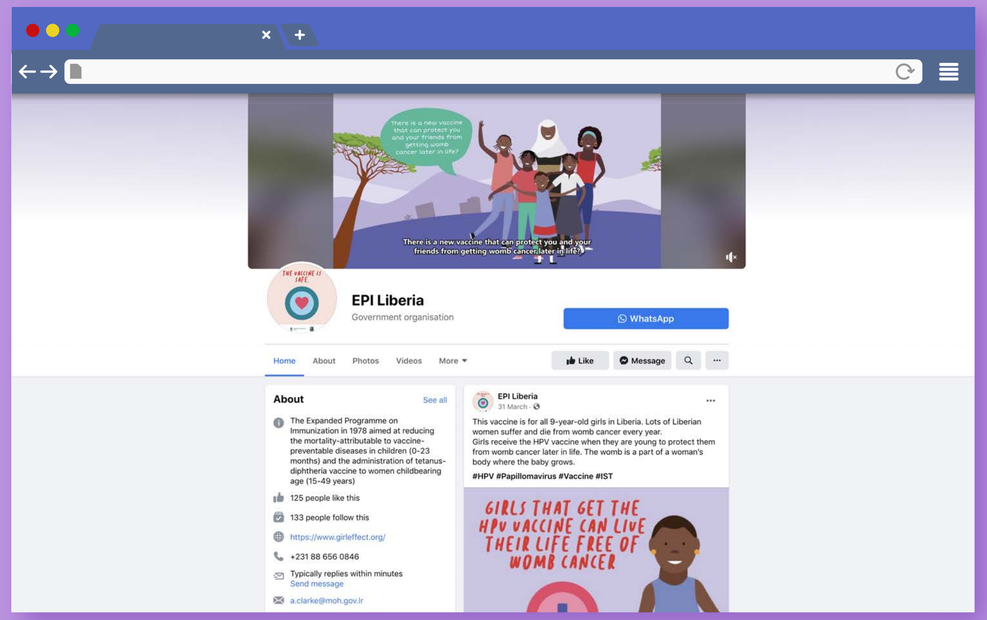
Planifier votre campagne sur les réseaux sociaux

Une campagne sur les réseaux sociaux peut sensibiliser les filles et les référents au vaccin contre le VPH, et Facebook est un canal où vous pouvez réellement créer une connexion avec votre public. Une publication soigneusement planifiée vous permet de créer des histoires engageantes, de dissiper les mythes et d'expliquer les avantages du vaccin aux filles et à leur famille. Cela vous permet également d'être plus tactique et d'encourager les filles à partager le message avec leurs amies.

Si votre équipe de communication a besoin de soutien en terme de réseaux sociaux; nous recommandons de faire appel à une agence locale spécialisée pour être formé à ce sujet.

Le contenu de votre campagne sur les réseaux sociaux peut être préparé et publié pour suivre un calendrier des réseaux sociaux. Nous vous recommandons également de créer un plan média payant pour les publications sociales et de «booster» chaque publication à l'aide du gestionnaire de publicités Facebook. Vous devrez créer la page Facebook (ou un autre canal de réseaux sociaux) avant de commencer votre campagne et vérifier que vous disposez de ressources suffisantes pour gérer les commentaires des utilisateurs pendant la campagne.

Dans la mesure ou Facebook n'est pas disponible pour les filles de moins de 13 ans, nous vous recommandons de publier du contenu qui convient aux adolescentes, aux jeunes femmes et aux parents.



Planifier votre campagne sur les réseaux sociaux

Pour une campagne Facebook, nous vous recommandons de créer et de publier du contenu qui s'inscrit dans la séquence des catégories suivantes:

Sensibilisation: faire prendre conscience qu'un nouveau vaccin sera bientôt disponible et comment il peut être administré.

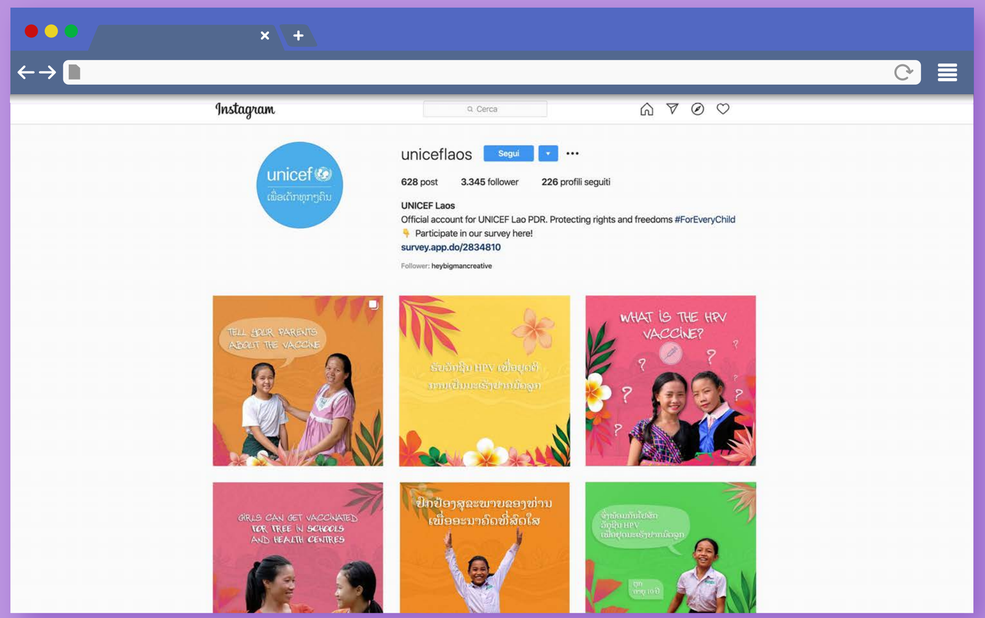
Éducation: expliquez ce qu'est le vaccin et pourquoi il est important de le recevoir.

Engagement: suscitez l'engagement sur Facebook et encouragez le public à parler du vaccin aux autres.

Compte à rebours: rappelez au public le nombre de semaines / jours qui restent avant le lancement du vaccin.

Suivi: pour rappeler au public qu'une deuxième dose est également nécessaire.

Au total, nous vous recommandons de publier environ 15 publications Facebook, de 50 à 100 mots chacune. Chaque article peut présenter une image statique ou une animation, accompagnée d'un texte.



Planifier votre campagne sur les réseaux sociaux

Le calendrier suivant pour une campagne de vaccination contre le VPH commence deux mois avant la première dose (mais cela peut être modifié, en fonction de votre propre calendrier):

Semaine 1: sensibilisation

Semaine 2: éducation

Semaine 3: éducation

Semaine 4: engagement + sensibilisation

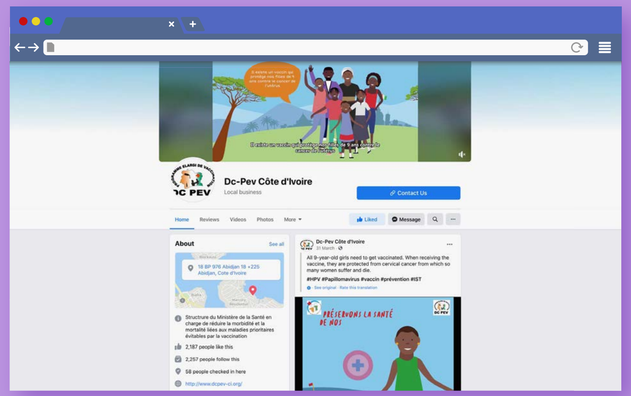
Semaine 5: éducation + engagement

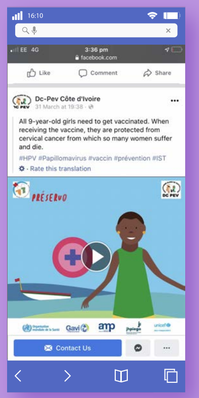
Semaine 6: éducation

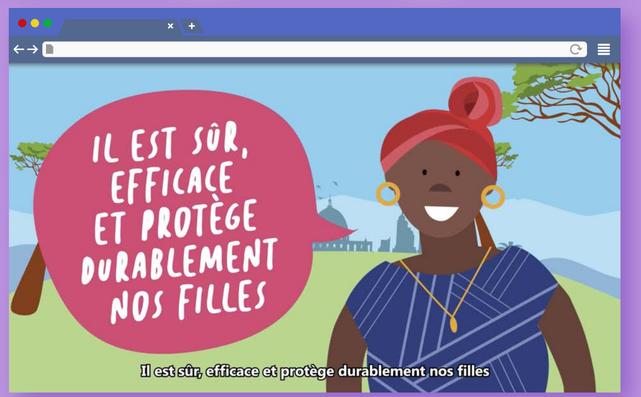
Semaine 7: éducation + engagement + compte à rebours

Semaine 8: engagement + compte à rebours

Les diapositives suivantes fournissent des exemples de ces différents messages, qui peuvent être suivis et personnalisés (le cas échéant) pour votre campagne.







Planifier votre campagne sur les réseaux sociaux

Messages de sensibilisation

Objectif: faire prendre conscience qu'un nouveau vaccin sera bientôt disponible et comment il peut être reçu.

Image ou vidéo avec un exemple de texte pour accompagner la publication

Le vaccin contre le VPH peut protéger les filles du cancer du col de l'utérus. À partir du [insérer la date], toutes les filles âgées de 9 à 14 ans peuvent se faire vacciner gratuitement à l'école ou dans l'établissement de santé local. Parlez-en à toutes les filles que vous connaissez!

Salut les filles, il existe un vaccin qui peut vous protéger du cancer du col de l'utérus plus tard dans la vie. Il s'appelle le vaccin contre le VPH et il est gratuit pour les filles âgées de 10 à 14 ans. Parlez-en à vos enseignants et à vos parents.

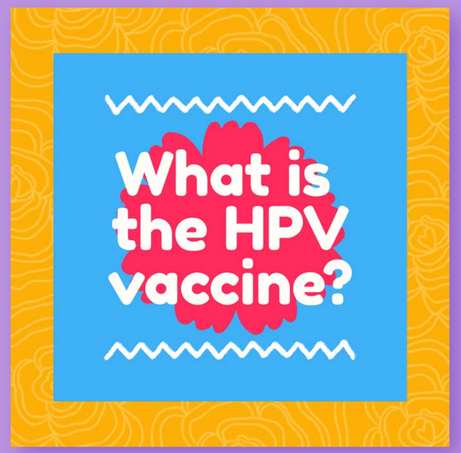
Saviez-vous qu'il existe un nouveau vaccin qui peut protéger les filles contre le cancer du col de l'utérus plus tard dans la vie? Il s'appelle le vaccin contre le VPH et vous pouvez l'obtenir simplement en allant à l'école ou dans votre centre de santé local.

Planifier votre campagne sur les réseaux sociaux

Publications éducatives

Objectif: Expliquer ce qu'est le vaccin et pourquoi il est important de le recevoir

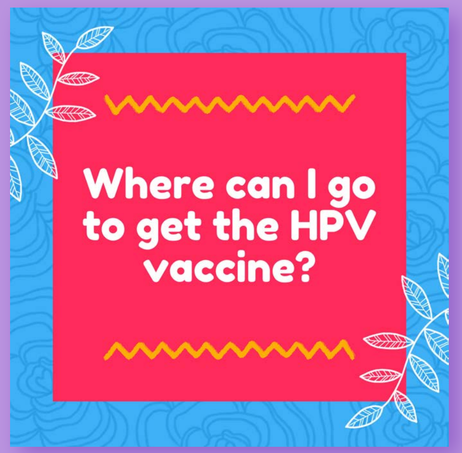
Image ou vidéo avec un exemple de texte pour accompagner la publication



Ce vaccin est destiné à toutes les filles de 9 à 14 ans de [entrer dans le pays]. Beaucoup de femmes en [entrer dans le pays] souffrent d'un cancer du col de l'utérus, c'est la raison pour laquelle les filles reçoivent ce vaccin lorsqu'elles sont jeunes pour les protéger de cette maladie dans le futur. Le col de l'utérus est un organe du corps de la femme qui est indispensable lors de l'accouchement.

Il est facile de se faire vacciner contre le VPH:

1. Parlez du vaccin à vos parents et vos amies
2. Allez recevoir le vaccin avec vos amies afin de vous soutenir les unes les autres
3. Vous recevrez un carnet de vaccination après le vaccin
4. Pour être pleinement protégées, vous devez revenir pour votre deuxième dose 6 mois après le premier vaccin.



Le vaccin contre le VPH sera administré à toutes les filles de 9 ans dans les écoles, les centres de santé et communautaires. Renseignez-vous auprès de vos parents et de vos professeurs.

Planifier votre campagne sur les réseaux sociaux

Messages d'engagement

Objectif: susciter l'engagement sur Facebook et encourager le public à parler du vaccin aux autres.

Image ou vidéo avec un exemple de texte pour accompagner la publication

Salut! Je m'appelle Mariam et j'ai 15 ans, et ma sœur cadette ira se faire vacciner en juin à son école et j'irai avec elle pour la soutenir.

J'ai entendu mes amis et mon professeur parler de l'importance de se faire vacciner contre le cancer de l'utérus. J'ai 9 ans et j'irai recevoir la première dose du vaccin dans mon école.

Aimez cet article si vous avez reçu le vaccin contre le VPH dans votre école

Salut! Je m'appelle _____ et j'ai 15 ans, et ma sœur cadette ira se faire vacciner en ____ dans son école et j'irai avec elle pour la soutenir.

As-tu une petite sœur que tu aimes? La soutiendras-tu le jour de sa vaccination?

Planifier votre campagne sur les réseaux sociaux

Publications de compte à rebours

Objectif: rappeler au public combien de semaines / jours il reste avant le lancement du vaccin.

Image ou vidéo avec un exemple de texte pour accompagner la publication

Toutes les filles de 9 ans au entrer pays peuvent se faire vacciner contre le VPH à partir du 25 novembre. Ils seront exempts de cancer de l'utérus pour le reste de leur vie !.

Depuis le 25 novembre, le vaccin contre le VPH est disponible dans tous les centres de santé.

Toutes les filles de 9 ans peuvent se faire vacciner gratuitement contre le VPH afin d'être protégées à vie contre le cancer du col de l'utérus!

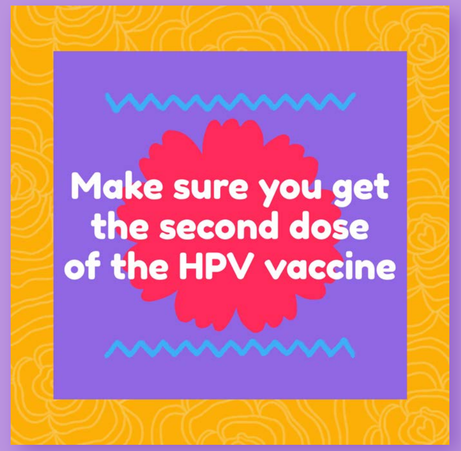
Toutes les filles âgées de 9 à 14 ans peuvent se faire vacciner contre le VPH dans leur école, les centres de santé ou communautaires à partir de entrer date.

Planifier votre campagne sur les réseaux sociaux

Publications de suivi

Objectif: rappeler au public qu'une deuxième dose est également nécessaire.

Image ou vidéo avec un exemple de texte pour accompagner la publication



Salut mes sœurs, saviez-vous que vous avez besoin de deux doses du vaccin contre le VPH pour vous protéger complètement contre le cancer du col de l'utérus?

Rendez-vous à l'école ou dans votre centre de santé le plus proche 6 mois après votre première dose pour vous assurer que vous êtes entièrement protégées.

N'oubliez pas que vous avez besoin de deux doses du vaccin contre le VPH pour qu'il fonctionne correctement. Souvenez-vous que vous pouvez accéder à la deuxième dose dans votre école locale, votre centre de santé ou communautaire.

Vos filles ont besoin de la deuxième dose du vaccin contre le VPH pour s'assurer qu'elles sont protégées contre le cancer du col de l'utérus.

Liens utiles et contacts

Afin de faciliter la conception de votre campagne, les informations partagées et les les documents d'orientation peuvent être trouvés à l'adresse: **www.girlfocustoolkit.org**

Toutes les illustrations spécifiques aux pays et les modèles d'illustrations se trouvent dans les éléments de conception. Veuillez noter que ce ne sont que des guides, et vous devrez contacter votre propriétaire de médias local ou votre imprimeur pour les spécifications correctes des supports.

Si vous avez besoin de soutien supplémentaire, veuillez envoyer un envoyez un e-mail à gavi_campaign@girleffect.org et l'une de nos équipes vous répondra dans les meilleurs délais.

Remerciements

Nous espérons que vous avez trouvé ce Toolkit utile. En créant des communications efficaces nous pouvons contribuer à faire prendre conscience du vaccin contre le VPH. Et en inspirant les filles à être vaccinées, nous pouvons contribuer à leur croissance en bonne santé.

Nous sommes là pour vous aider.

Si vous avez des questions concernant les informations contenues dans ce toolkit, n'hésitez pas nous contacter.

girlfocustoolkit@girleffect.org

Girl
Focus
Toolkit

Design Guide