

Janvier - Juin 2023

RAPPORT SEMESTRIEL D'ACTIVITÉS

Préparé par *EtriLabs* pour l'*UCPO*



Plan du rapport

1. Aperçu
2. Développement et maintenance de plateformes numériques
3. Caravane des bailleurs
4. Stratégies et gestion du marketing des médias sociaux
5. Emailing et listservs
6. Développement et curation de contenu pour les sites web
7. Stratégies de communication et support au déploiement des activités
8. Conclusion

1. Aperçu

Au premier semestre 2023, EtriLabs dans le cadre de son contrat de soutien à l'Unité de Coordination du Partenariat de Ouagadougou (UCPO) et de promotion du PO en général, a mené plusieurs initiatives clés notamment :

- ***Plateformes numériques du Partenariat de Ouagadougou***

EtriLabs a entrepris la maintenance et l'amélioration des plateformes numériques du Partenariat de Ouagadougou, notamment la mise à jour du site web, la correction de bugs et l'ajout de nouvelles fonctionnalités. Cela a contribué à améliorer l'expérience des utilisateurs et à renforcer la visibilité des actions du PO.

- ***6ème édition de la Caravane des Bailleurs***

L'un des temps forts de cette période a été la planification et la mise en œuvre de la communication de la 6ème édition de la Caravane des Bailleurs. EtriLabs a déployé une stratégie de communication complète comprenant des éléments visuels, une page web dédiée, des hashtags spécifiques, une coordination avec plusieurs cellules de communication, une couverture photographique de l'événement, l'édition et la publication de journaux quotidiens en français et en anglais. Cette stratégie a abouti des résultats impressionnants salués par les bailleurs et toutes les parties prenantes.

- ***Stratégies et gestion du marketing des médias sociaux***

Les efforts de EtriLabs en matière de marketing sur les médias sociaux ont entraîné une augmentation significative du nombre d'abonnés sur LinkedIn et Twitter, ainsi qu'une croissance de l'engagement du public sur les réseaux sociaux en général. Les publications sur ces plateformes ont généré des centaines de milliers d'impressions et ont suscité un engagement actif de la part de l'audience.

- ***Emailing et listservs***

Dans le cadre de ses efforts de marketing par courrier électronique, EtriLabs a réorganisé les listes de diffusion (listservs) du Partenariat de Ouagadougou en fonction des différentes parties prenantes. Ce travail intensif et méticuleux a permis d'adresser de manière plus ciblée et pertinente les communications, renforçant ainsi la pertinence des informations pour chaque audience.

- ***Développement et curation de contenu pour les sites web***

EtriLabs a également travaillé sur la création et la curation de contenu pour les sites web, avec un total de 96 articles publiés. Ces efforts ont permis d'élargir l'audience et de maintenir l'intérêt du public pour les questions clés telles que l'accélération de la planification familiale, l'égalité des genres, et l'autonomisation des femmes et des filles.

- ***Stratégies de communication et support au déploiement des activités***

EtriLabs a apporté son soutien à plusieurs activités et initiatives de l'UCPO, allant de l'aide à l'organisation d'événements en ligne à la fourniture de supports de communication pour les rapports et les appels à candidatures. EtriLabs a démontré son engagement à favoriser une

communication efficace au sein de l'UCPO et à renforcer sa visibilité et son impact auprès de ses parties prenantes.

2. Développement et maintenance des plateformes numériques

Afin de garantir une qualité constante sur le site du Partenariat de Ouagadougou (PO), une stratégie proactive a été mise en œuvre pour répondre aux problèmes techniques fréquemment signalés. À partir de fin mars, une structure organisée comprenant divers membres de l'équipe d'EtriLabs a été mise en place. **Cette équipe de surveillance, composée de concepteurs, de développeurs et de créateurs de contenu, avait pour objectifs de recenser et de corriger tous les problèmes rencontrés sur le site, y compris les erreurs et dysfonctionnements, tout en améliorant l'expérience des utilisateurs.**

Depuis la création du site, de nombreux problèmes, notamment liés au design, au contenu et aux bugs techniques, sont restés en instance de résolution. Pour remédier à cette situation, de nouveaux contrôles de qualité ont été introduits sur toutes les pages du site du PO, dans toutes les versions disponibles, afin d'améliorer la qualité du site en service

En matière de développement, les actions entreprises se résument de la manière suivante :

2.1. Améliorations

- Optimisation de la vitesse de chargement du site du Partenariat de Ouagadougou (PO)
- Renforcement de l'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO) du site du PO
- Amélioration de l'expérience utilisateur pour l'accès à certains éléments du site
- Revue de l'intégration de Google Analytics pour le suivi analytique
- Création d'un plugin pour la recherche de mots-clés sur le site afin d'adapter davantage ce dernier aux besoins
- Refonte du design de certaines pages (Salle de presse, Ressources, Recherche)
- Optimisation de la page de cartographie pour le site du PO

2.2. Correction des bugs et dysfonctionnements

- Optimisation de l'affichage du site sur tous les écrans pour les deux versions EN/FR
- Correction des liens de redirection de certaines pages qui renvoyaient vers une page "bientôt disponible"
- Correction de non-conformité du design sur certaines sections pour les deux versions EN/FR
- Correction de l'affichage de certains éléments sur certaines pages du site
- Résolution des problèmes de lecture de certaines vidéos sur certaines pages
- Ajout des images manquantes pour certains anciens articles du site (antérieurs à 2021 et 2022)
- Intégration du plugin de recherche sur les deux versions du site FR/EN et résolution des problèmes identifiés après tests
- Résolution des problèmes liés à la récupération des données de l'ancien site du PO et mise en ligne pour intégrer les contenus manquants sur le nouveau site du PO

Actuellement, une nette amélioration est constatée concernant les problèmes signalés après le contrôle de qualité sur le site. Le nombre de problèmes signalés a considérablement diminué par rapport à avant. L'objectif principal reste de parvenir à un point où aucun problème n'est signalé après un contrôle du site.

2.3. Mises à jour sur le site

En tenant compte des besoins exprimés, nous avons effectué des mises à jour sur le site du Partenariat de Ouagadougou (PO), notamment :

- Ajout d'une animation dans la première section de l'en-tête de la page d'accueil pour améliorer l'expérience utilisateur sur les deux versions du site (FR/EN)
- Intégration d'une section pour la RAPO avec une image sur la page d'accueil
- Mise à jour en temps réel du contenu des sections de l'en-tête de la page d'accueil
- Remplacement de l'image des membres sur la page "People"
- Mise à jour des pages "Agenda Recherche", "Appel à soumission" et "Caravane des bailleurs" en fonction des retours
- Ajout d'une section pour télécharger des documents importants sur la page "Appel à Soumission"
- Inclusion d'une section "Agenda Recherche" sur la page d'accueil du site dans les deux versions (FR/EN)
- Insertion des liens "Initiatives du PO" et "Agenda Recherche" dans le menu du site dans les deux versions (FR/EN)
- Réorganisation des sous-menus du lien "Salle de presse" pour améliorer l'expérience utilisateur sur les deux versions du site (FR/EN)
- Ajout des liens correspondant au menu dans le pied de page

2.4. Nouvelles pages créées

Pendant ce premier semestre, trois nouvelles pages ont été créées, il s'agit de :

- "Agenda Recherche"
- "Appel à soumissions pour le programme de subventions pour la Recherche-Action pour le changement des stratégies et politiques en faveur de la SR/PF"
- "Caravane des bailleurs" (6ème édition de la caravane des bailleurs du PO)

2.5. Pages individuelles

Le site du Partenariat de Ouagadougou (PO) propose les pages individuelles suivantes (la liste n'est pas exhaustive) : "Agenda Recherche", "Caravane des bailleurs", "Appel à soumissions pour le programme de subventions pour la Recherche-Action", "ICFP", "People", "Conseil consultatif" pour obtenir des informations sur l'organe consultatif du PO, "Stratégies innovantes", "Plans d'Action Nationaux Budgétisés", "S'enregistrer comme partenaire du PO", "Répertoire des entités et organisations du PO", "Évènements", "La Réponse du Partenariat de Ouagadougou à la COVID-19", "Ressources", "Recherche", "Projets du PO", "Réunions annuelles", "Répertoire des entités du PO", "Notre histoire", "Pays membres", "Page Pays", "Unité de coordination", "A propos", "Accueil", "Équipe" pour découvrir les membres de l'équipe, "RAPO 2022" pour consulter le rapport de l'année 2022, "PO après 2020" pour en savoir plus sur les

perspectives du PO après 2020, "Engagement de la société civile", "Jeunes", "FACE", "Salle de presse" pour accéder aux communiqués de presse et "Concours des journalistes".

2.6. Maintenance

Nous avons assuré une maintenance régulière qui inclut :

- Sauvegarde régulière du site
- Mises à jour logicielles fréquentes
- Sécurisation du site contre les attaques
- Contrôle et optimisation des performances du site
- Augmentation du plan d'hébergement pour garantir un fonctionnement optimal du site
- Renouvellement du nom de domaine
- Suivi et correction des erreurs serveurs pour assurer un fonctionnement continu du site
- Surveillance des temps d'arrêt pour garantir un accès permanent au site

Notre équipe a réalisé des avancées significatives dans l'amélioration du site du Partenariat de Ouagadougou, à la fois en termes de qualité, de fonctionnalité et d'expérience utilisateur. Cela comprend la correction d'une multitude de bugs et de dysfonctionnements, l'amélioration de la vitesse de chargement et de l'expérience utilisateur, et la création de nouvelles pages pour répondre aux besoins spécifiques du site.

Cependant, il est important de noter que le travail de développement et de maintenance d'un site web est un processus continu. Nous continuerons à effectuer des contrôles réguliers de qualité, à résoudre les problèmes qui surviennent et à apporter des améliorations selon les retours des utilisateurs. Notre objectif est de garantir que le site du PO soit non seulement fonctionnel, mais qu'il serve également efficacement sa mission de fournir des informations pertinentes et utiles à ses visiteurs.

3. Caravane des bailleurs

La 6ème édition de la Caravane des Bailleurs du Partenariat de Ouagadougou s'est déroulée avec succès du 24 au 28 avril 2023 au Togo et au Bénin. L'objectif principal de cet événement était de promouvoir une intégration renforcée de la planification familiale (PF) dans les stratégies et politiques multisectorielles gouvernementales et d'encourager une mobilisation accrue des ressources pour soutenir la PF.

EtriLabs a joué un rôle clé en développant un plan de communication ciblé pour garantir le succès de cette initiative. Les objectifs spécifiques de ce plan de communication comprenaient :

- Informer les parties prenantes sur les objectifs et les enjeux de la Caravane
- Partager les progrès, les défis et les perspectives en matière de PF au Bénin et au Togo avec l'audience
- Renforcer les actions de plaidoyer menées pendant la caravane pour accroître la prise en compte de la PF dans les stratégies et politiques
- Amplifier le plaidoyer pour une meilleure mobilisation des ressources pour soutenir la PF
- Mettre en avant les innovations et programmes existants dans les pays qui contribuent à atteindre les objectifs du Partenariat de Ouagadougou après 2020
- Valoriser les contributions des bailleurs de fonds au Bénin et au Togo

- Informer en temps réel toutes les parties prenantes sur le déroulement et les activités de la caravane

En tant que point focal pour la communication, nous avons entrepris une série d'actions pour assurer une diffusion efficace des informations et maximiser l'impact de la 6ème édition de la Caravane des Bailleurs du Partenariat de Ouagadougou. Voici une vue d'ensemble de ces actions :

- **Annnonce de la caravane** : nous avons informé les parties prenantes et la cible de l'événement via des listes de diffusion.
- **Promotion sur les réseaux sociaux et le site web du Partenariat de Ouagadougou** : nous avons largement diffusé l'événement sur les différentes plateformes pour atteindre un public plus large.
- **Création de visuels de communication** : nous avons proposé une charte graphique distinctive pour la Caravane des Bailleurs, conçu des visuels pour promouvoir l'événement, et formaté des fiches pays et des one-pagers.
- **Rédaction de communiqués de presse** : nous avons rédigé des communiqués de presse pour informer les médias de l'événement.
- **Développement d'une page web dédiée à la Caravane** : nous avons mis en place une page spécifique sur le site web pour donner des informations détaillées sur l'événement.
- **Rédaction d'articles pour le site web** : nous avons rédigé des articles pour informer le public sur les développements clés de l'événement.
- **Proposition de hashtags** : nous avons proposé des hashtags spécifiques pour faciliter le suivi de la conversation sur les réseaux sociaux.
- **Coordination avec les cellules de communication de l'UNFPA, USAID, les ministères dans les deux pays** : nous avons travaillé en étroite collaboration avec les autres acteurs pour mobiliser la presse locale.
- **Élaboration d'un calendrier éditorial pour la promotion de la Caravane** : nous avons élaboré un calendrier pour guider la diffusion des contenus sur les différentes plateformes.
- **Diffusion en temps réel de l'événement sur les réseaux sociaux** : nous avons assuré une couverture en direct de l'événement pour maintenir le public informé.
- **Fourniture d'une couverture photographique de qualité** : nous avons documenté l'événement avec des photos de haute qualité.
- **Rédaction et publication de daily digest en français et en anglais** : nous avons assuré un suivi régulier de l'événement grâce à des bulletins d'information quotidiens.
- **Suivi de l'événement après la Caravane** : nous avons assuré un suivi sur les réseaux sociaux, le site web et la newsletter du Partenariat de Ouagadougou.
- **Partage de l'album final** : nous avons partagé l'album final avec les participants et les services de communication des bailleurs et des gouvernements.

Grâce à ce plan de communication soigneusement élaboré par EtriLabs, les informations ont été diffusées de manière efficace, mettant en lumière les avancées significatives et les contributions pertinentes de toutes les parties prenantes. Notre stratégie de communication dynamique et ciblée a permis de maximiser l'impact et la portée des messages clés relatifs à la Caravane. Cela a non seulement permis de garantir que les objectifs de l'événement étaient largement compris, mais a également contribué à renforcer l'engagement et la participation des parties prenantes et du grand public.

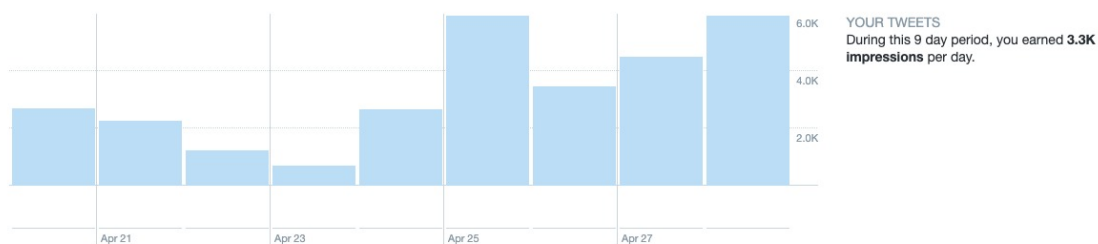
Pendant la période de communication de la caravane, du 20 avril au 28 avril, les analytiques indiquent sur **Twitter** un total de **29 500** impressions, soit une moyenne de **3 300** impressions par jour.

Tweet activity

Apr 20 – Apr 28, 2023

Export data

Your Tweets earned **29.5K impressions** over this 9 day period



Sur **LinkedIn**, nous avons enregistré un total de **13 543 impressions**, avec un engagement de **3 490**, ce qui correspond à un taux d'engagement de **25,8%**.

Impressions	Engagements	Clics sur le post (Tous)
13,543	3,490	3,084
Taux d'engagement (par impression)		
25.8%		

Pendant la période de communication de la caravane sur **Facebook**, nous avons enregistré un total de **359 impressions**, avec un taux d'engagement de **8,1%**. L'ensemble de ces chiffres témoignent de l'ampleur de la portée de nos messages et de l'engagement du public cible avec notre contenu sur tous nos canaux de diffusion.

Impressions	Engagements	Clics sur des liens de posts
359	29	0
Taux d'engagement (par impression)		
8.1%		

L'un des points forts de la communication a été la rédaction et la publication quotidienne de résumés en français et en anglais des activités de la caravane, appelés "Daily Digest". Ces résumés complets et fidèles ont été très bien accueillis par les bailleurs présents, ainsi que par ceux qui n'ont pas pu assister à l'événement en personne. Selon leurs témoignages, ces "daily digest" leur ont permis de partager directement avec leurs équipes, sans nécessiter d'autres modifications, les moments forts de la caravane. Cette pratique s'est avérée très efficace et pourrait être mise en œuvre lors des grands événements du PO, en tant que bonne pratique.

4. Stratégies et gestion du marketing des médias sociaux

Notre engagement constant sur les médias sociaux a permis d'atteindre une cible élargie et de susciter un intérêt continu pour les questions liées à l'accélération de la PF et autres thématiques connexes dans les pays membres. Les statistiques de portée de nos publications témoignent de l'impact de nos efforts.

Au cours du premier semestre, la présence du PO sur **LinkedIn** a connu une croissance significative avec l'ajout de **2 496 nouveaux abonnés**, portant ainsi notre **nombre total d'abonnés à 14 198**. Cette augmentation représente une **croissance de 27,5%** par rapport à notre base d'abonnés précédente.

Statistiques sur les abonnés

1 janv. 2023 - 30 juin 2023

L'essentiel sur les abonnés

14 198
Nombre total d'abonnés

2 496
Nouveaux abonnés au cours des 181 derniers jours
▲27,5%

Durant cette même période, nous avons enregistré **4 336 réactions**, ce qui représente une **croissance de 4,1%**. De plus, nous avons recueilli **101 commentaires**, témoignant d'une **augmentation de 24,7%** de l'interaction avec notre contenu. Enfin, nous avons enregistré **408 republications**, ce qui équivaut à une **croissance de 30,8%** par rapport à nos chiffres antérieurs. Ces résultats démontrent l'engagement croissant de notre audience envers nos publications et confirment l'impact positif de notre stratégie de communication sur les médias sociaux.

Statistiques sur le contenu

1 janv. 2023 - 30 juin 2023

L'essentiel

Données du 01/01/2023 au 30/06/2023

4 336
Réactions
▲4,1%

101
Commentaires
▲24,7%

408
Republications
▲30,8%

Au cours de cette période, nos publications ont généré un total de **200 979 impressions**, atteignant ainsi un large public. De plus, nous avons enregistré **27 971 engagements**, ce qui démontre l'interaction et l'intérêt de notre audience envers notre contenu. Les clics sur nos publications ont également été significatifs, avec un total de **23 126 clics**. Le taux d'engagement par impression s'est élevé à **13,9%**, indiquant un fort niveau d'interaction et de participation de notre cible.

Récapitulatif des performances

Consultez les mesures clés de la performance de votre profil pendant la période définie pour le rapport.

Impressions
200,979

Engagements
27,971

Clics sur le post (Tous)
23,126





Taux d'engagement (par impression)

13.9%




En comparaison avec des pages similaires, la page LinkedIn du PO présente une position relativement favorable. Il convient toutefois de prendre en compte quelques éléments importants. Premièrement, la stratégie LinkedIn du PO remonte à trois ans. Deuxièmement, il est important de souligner que le PO est un programme régional, ce qui peut avoir un impact sur la portée et l'engagement comparatif de sa page LinkedIn.

Malgré ces considérations, la page LinkedIn du PO a réussi à se positionner de manière satisfaisante. Elle a pu atteindre et intéresser son public cible, en communiquant efficacement les objectifs, les activités et les réalisations du Partenariat. Cela témoigne d'une utilisation adéquate de LinkedIn comme plateforme de communication professionnelle, permettant ainsi au PO de maintenir une présence solide et d'interagir avec son réseau professionnel.

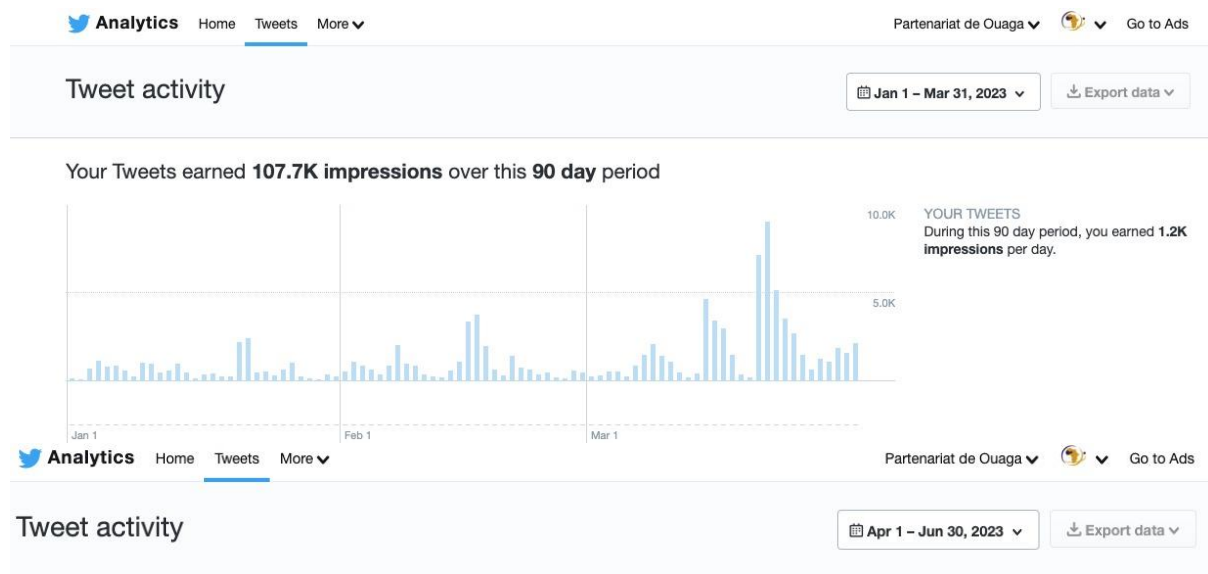
Il convient de noter que l'évaluation de la position relative d'une page LinkedIn dépend de plusieurs facteurs, tels que la taille de l'audience, l'engagement des utilisateurs, le niveau d'activité et la pertinence des publications. Une comparaison détaillée avec des pages similaires pourrait fournir une analyse plus approfondie de la performance de la page LinkedIn du PO.

Follower metrics ?		Ranked by new followers	
Page		Total followers	New followers
1	 IntraHealth International	68,730	5,431
2	 Partenariat de Ouagadougou	14,190	2,496
3	 Speak Up Africa	4,067	1,119
4	 FP2030	2,955	942

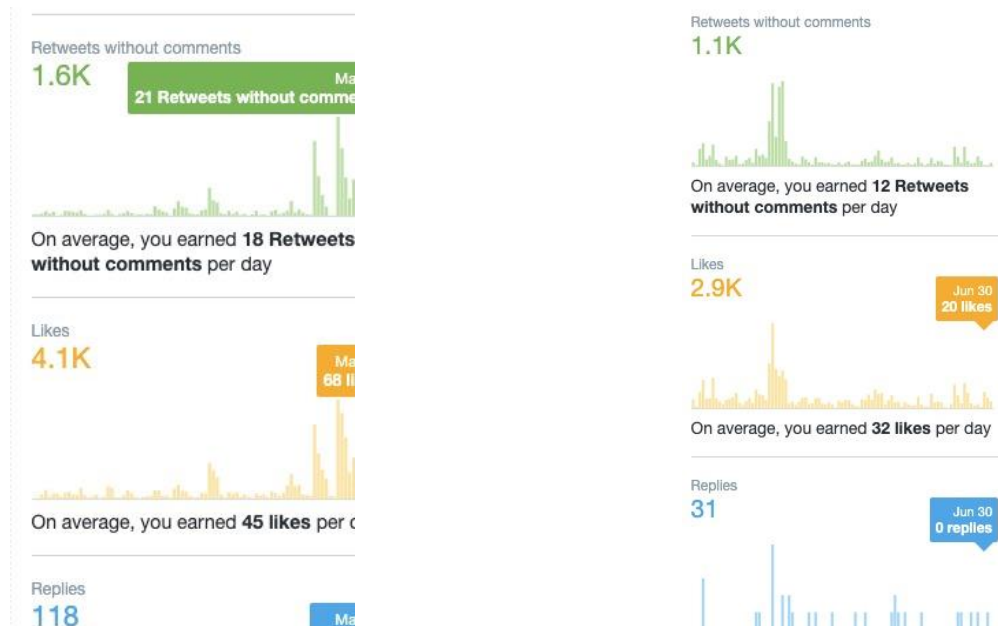
Durant le 1er semestre 2023, nous avons publié un total de **183 posts** sur LinkedIn. Parmi ces publications, 95 étaient des images, 78 des liens vers des ressources ou des articles pertinents, 4 republications, 3 vidéos et nous avons également partagé 3 documents.

Image	Text	Total des engagements	Réactions	Commentaires	Partages	Clics sur le post (Tous)
	Partenariat de Ouagadougou jeu. 3/16/2023 5:20 pm UTC En ce dernier jour de la réunion, le Partenariat de Ouagadougou a effectué une visite au Ministère de la Santé du Bénin pour discuter de la réduction de la mortalité...	5,838	77	0	2	5,759
	Partenariat de Ouagadougou lun. 3/20/2023 7:41 pm UTC 🔔 La 3ème édition du Dialogue Régional des jeunes du PO se tiendra du 20 au 22 mars 2023, sous le thème « Jeunes : repensons les DSSRAJ dans les pays du PO », et sera...	2,004	137	1	8	1,858
	Partenariat de Ouagadougou mar. 3/14/2023 5:46 pm UTC 🔔 Du 14 au 16 mars se tiendra la Réunion Annuelle des points focaux gouvernementaux du Partenariat de Ouagadougou au Bénin. Les points focaux sont des acteurs...	1,644	79	2	3	1,560

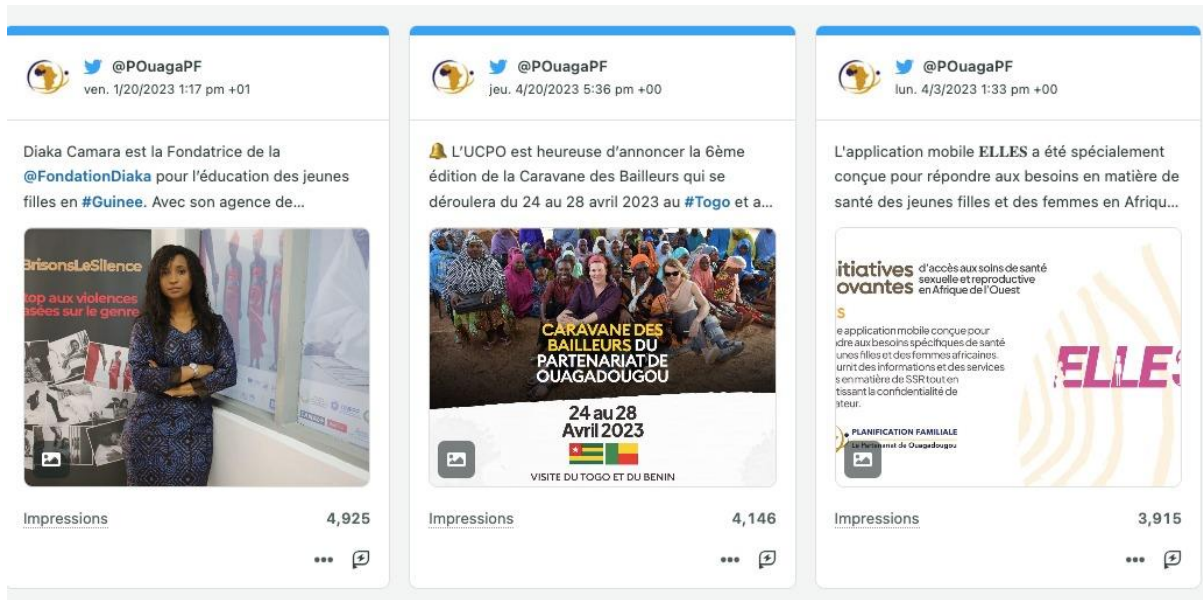
Sur **Twitter**, notre nombre d'abonnés était de **25 286** en 2022, à cette date il a augmenté pour atteindre **26 289**, soit une croissance de **1 003 nouveaux abonnés** en moins de 6 mois.



Nous avons publié environ **500 tweets** au cours de cette période, ce qui nous a permis d'atteindre **206 700 impressions**, avec une moyenne de **2 300 impressions par jour**. Nous avons également enregistré **2 700 retweets** de nos publications.



Ces chiffres témoignent de l'engagement croissant de notre audience sur Twitter et de l'efficacité de notre contenu pour susciter l'intérêt et l'interaction.

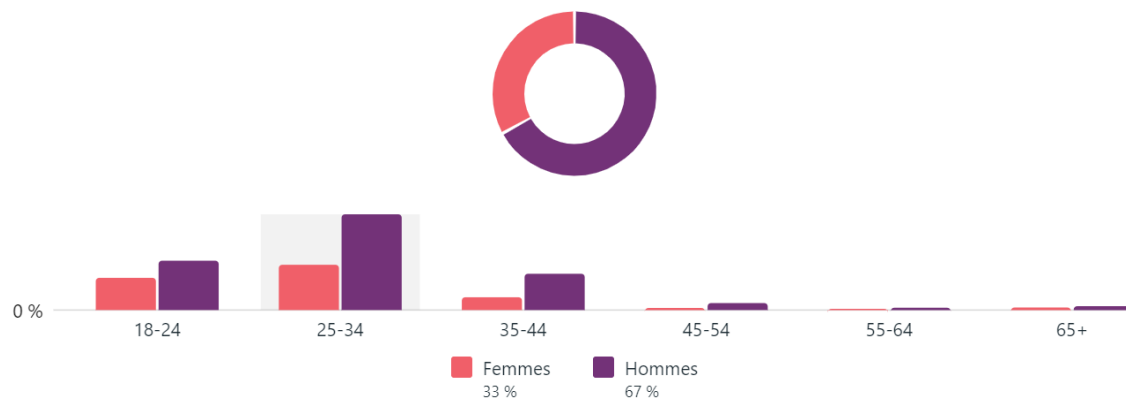


La page Facebook a atteint un total de **109 684 followers**, soit une croissance de **1 690 nouveaux abonnés**.

Followers Facebook ⓘ

109 684

Âge et genre ⓘ



Au cours de ce semestre, nous avons publié **184 posts** sur la page, générant **133 250 impressions**. Le taux d'engagement s'est élevé à **7,3%**, démontrant l'intérêt et l'interaction de notre audience avec notre contenu. Nous avons également enregistré **347 partages** et plus de **3 200 réactions**, témoignant de l'impact de nos publications et de l'engagement de notre communauté sur Facebook.

Sources	Types de posts	Statut « Publié »	Authors
Partenariat de Ouagadougou	Affichage de tous les éléments	Affichage de tous les éléments	Affichage de tous les éléments

Post	Impressions	Portée moyenne par post	Portée potentielle moyenne par post	Taux d'engagement (par impression)	Engagements	Réactions	Commentaires	Partages	Enregistrements	Clics sur des liens de posts	Autres types de clics sur le(s) post(s)
184 posts janv. 1, 2023 – juin 30, 2023	133,250	668.39	—	7.3%	9,778	3,202	141	347	0	1,054	5,034

5. Emailing et listservs

En ce qui concerne l'e-mailing marketing, en plus de la publication d'un bulletin d'informations mensuel, nous avons procédé à la dissolution de toutes les anciennes listes de diffusion et créé **14 nouvelles listes** en fonction du répertoire actualisé du Partenariat de Ouagadougou (PO) comprenant les différentes parties prenantes. Aujourd'hui, nous disposons d'une liste de diffusion par pays, d'une liste exclusive pour les bailleurs, d'une autre pour les partenaires de mise en œuvre, d'une liste regroupant la société civile, y compris les journalistes, d'une liste pour les points focaux et d'une autre dédiée à la recherche. Cette segmentation nous permet d'adresser de manière plus ciblée et pertinente nos communications aux différents groupes d'intérêt, renforçant ainsi notre capacité à fournir des informations spécifiques et adaptées à chaque audience.

Afin de continuer avec la rubrique "Profil du mois" qui met en avant les acteurs clés de la communauté engagés dans les questions relatives aux droits et à l'autonomisation des femmes, à l'égalité des genres et à la santé reproductive des femmes, nous sommes en train de constituer une nouvelle liste de profils à mettre en lumière. Cette initiative vise à partager les parcours, les réalisations et les contributions inspirantes de ces individus et organisations qui œuvrent en faveur de l'amélioration de la condition des femmes. Nous cherchons ainsi à offrir une visibilité accrue à ces acteurs et à promouvoir leurs actions dans le cadre du Partenariat de Ouagadougou.

6. Développement et curation de contenu pour les sites web

Sur le site web, nous avons maintenu un rythme soutenu de production de contenu, en publiant un total de **96 articles**, ce qui correspond à une moyenne de **4 articles par semaine**. Cette constance dans la production de contenu a permis d'élargir notre audience et de maintenir l'intérêt de notre public pour les questions clés telles que l'accélération de la planification familiale, l'égalité des genres, l'autonomisation des femmes et des filles, ainsi que le plaidoyer en faveur d'une mobilisation accrue des ressources, en particulier au niveau national, dans nos pays membres. Les résultats de ces efforts se sont également manifestés sur notre site web, où nous avons enregistré un total de **38 764 vues** et **22 650 visites** au cours de cette période. Ces chiffres témoignent de l'engagement croissant de notre audience envers nos contenus et démontrent l'impact de notre travail dans la sensibilisation et l'information sur ces questions essentielles.

2023

Last update: 12:51 PM (Updates every 30 minutes)

← →

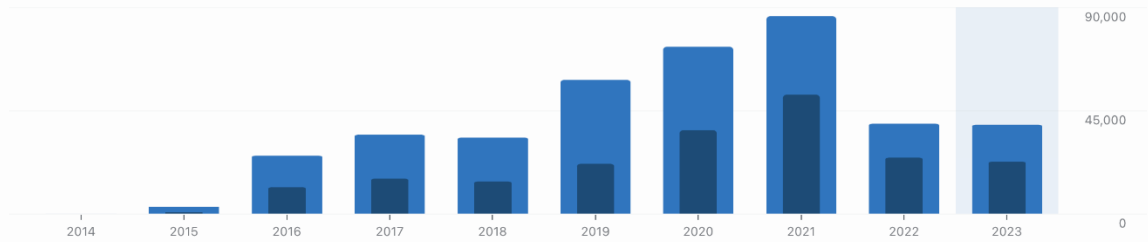
Days

Weeks

Months

Years

Views Visitors



Views

38,764

Visitors

22,650

Likes

0

Comments

0

7. Stratégies de communication et support au déploiement des activités

Au cours de ce semestre, EtriLabs a soutenu l'UCPO en fournissant des supports de communication de haute qualité pour ses événements. Nous avons également assuré la diffusion de l'information à travers différents canaux de communication et d'appui à la dissémination d'informations ou projets des partenaires. De plus, nous avons contribué à la publication de rapports sur les plateformes web et nous avons aidé à promouvoir le recrutement de nouveaux membres. Nous avons également joué un rôle essentiel dans l'organisation d'événements en ligne, en fournissant une assistance technique et en assurant la couverture audiovisuelle.

En collaboration avec l'UCPO, nous avons formaté plusieurs rapports importants, tels que ceux de l'atelier sur la recherche, de la Réunion Annuelle de 2022, de la Réunion Annuelle des Points Focaux gouvernementaux et des ateliers régionaux des juristes et des jeunes. Nous avons également élaboré des plans de communication pour des initiatives telles que le lancement de l'appel à candidatures pour la recherche-action, la conférence en ligne du 8 mars et la caravane des bailleurs. De plus, nous avons assuré l'hébergement en ligne sur Zoom pour le lancement de l'appel à candidatures et la conférence du 8 mars.

Notre soutien continu à ces activités démontre notre engagement à favoriser une communication efficace au sein de l'UCPO, tout en renforçant sa visibilité et son impact auprès de ses parties prenantes. Au total, nous avons apporté notre appui à 8 activités/initiatives de l'UCPO :

- Lancement de l'appel à propositions de Recherche-Action pour les changements de politiques dans les pays du PO
- Réunion Annuelle des points focaux gouvernementaux du Partenariat de Ouagadougou
- 3ème édition du Dialogue Régional des jeunes du Partenariat de Ouagadougou
- Rencontre régionale des juristes pour l'amélioration du cadre légal en matière de DSSR dans les pays du Partenariat de Ouagadougou
- Conférence en ligne : Faire avancer l'égalité des sexes grâce à la technologie et à l'innovation
- Recrutement de l'assistant recherche
- 6e édition de la caravane des bailleurs du Partenariat de Ouagadougou
- Recrutement du Responsable recherche senior

8. Conclusion

En conclusion, la collaboration entre EtriLabs et l'Unité de Coordination du Partenariat de Ouagadougou (UCPO) au cours du premier semestre 2023 a donné lieu à des résultats notables et significatifs. Ensemble, nous avons réussi à développer et à maintenir les plateformes numériques du Partenariat de Ouagadougou, améliorant ainsi l'expérience utilisateur et augmentant la visibilité de l'initiative.

Nous avons également joué un rôle essentiel dans la planification et l'exécution de la 6ème édition de la Caravane des bailleurs, où nous avons mis en œuvre une stratégie de communication ciblée qui a efficacement informé, mobilisé et engagé les parties prenantes. Les résultats de nos efforts, notamment l'augmentation des impressions sur les réseaux sociaux et l'engagement du public, témoignent de l'efficacité de notre stratégie de marketing sur les réseaux sociaux.

De plus, nous avons travaillé activement à la création et à la gestion de contenu pour les sites web, en améliorant la qualité et les fonctionnalités du site du Partenariat de Ouagadougou. Nous avons résolu des problèmes techniques, corrigé des bugs et créé de nouvelles pages pour mieux répondre aux besoins des utilisateurs et des parties prenantes.

Dans l'ensemble, notre collaboration productive avec l'UCPO a grandement contribué à renforcer la communication et la visibilité du Partenariat de Ouagadougou, à atteindre un public plus large et à réaliser des avancées concrètes. Nous sommes fiers de nos réalisations à ce jour et nous nous engageons à continuer à soutenir l'UCPO dans la poursuite de ses objectifs de planification familiale et de santé reproductive.