

Complément à l'analyse communautaire :

Comment faire l'analyse communautaire en ligne ?

Apprenez à connaître la communauté

Les options présentées dans la version hors ligne de l'analyse communautaire peuvent toujours être utilisées avec des adaptations mineures.

- **Portrait du quartier** : les jeunes peuvent enregistrer une courte vidéo sur le quartier (en utilisant par exemple Kinemaster), faire une présentation ou créer un mood board en ligne. Les groupes se présentent leurs résultats les uns aux autres.
- **LOMAP** : les jeunes se promènent individuellement dans le quartier pour prendre des photos ou utiliser les écrans d'impression de Google maps. Les jeunes divisent les images entre un groupe vert (dont ils se sentent heureux) et un groupe rouge (dont ils se sentent tristes ou mécontents).
- **Jeu d'expérience** : Lors de la réalisation de cette activité, aucun ajustement majeur n'est nécessaire, comme les restrictions obligatoires à certains endroits ou à certains endroits en lien avec le COVID-19 (masque buccal, garder ses distances, mesures d'hygiène). Ceci est particulièrement important lors de la prise de contact dans la rue à la section "Contact humain".

Cartographier les besoins de la communauté

Le café communautaire et la communauté des groupes de discussion sont plus difficiles à faire en ligne. Bien sûr, des alternatives en ligne sont possibles, comme l'organisation d'une réunion de groupe en ligne, mais ce sera assez difficile en raison du public cible.

Voici quelques adaptations que vous pouvez utiliser si vous souhaitez effectuer cette partie de l'analyse communautaire en ligne :

- **Café communautaire en ligne** : vous pouvez choisir une plateforme (une page Facebook, un blog, un groupe WhatsApp ou même peut-être le site Web de SYU) pour communiquer avec les gens du quartier. Choisissez la plateforme qui convient le mieux aux personnes de la communauté.
Chaque jour, les jeunes formulent une question aux gens de la communauté (cf café communautaire).
Pendant la journée, chaque participant peut répondre et les participants peuvent interagir entre eux. A la fin de la journée, les jeunes essaient de formuler une réponse commune à la question et demandent à chacun s'il est d'accord avec elle. Le lendemain, les jeunes posent une autre question. Les jeunes peuvent le faire pendant par exemple 5 jours (autant de jours qu'ils ont des questions et c'est faisable/agréable pour les gens de la communauté).
- **Communauté de groupes de discussion en ligne** : les participants sont invités à rapporter tout ce qu'ils remarquent dans le quartier pendant une semaine. Qu'est-ce qu'ils aiment/n'aiment pas dans le quartier ? Quelles entreprises visitent-ils ? Ils peuvent prendre des photos ou réaliser des courts métrages. S'ils le souhaitent, ils ajoutent une brève explication. Toutes les contributions des participants sont collectées sur une chaîne choisie par les jeunes. Cela peut être soit un Padlet, Instagram#, un groupe WhatsApp, un groupe Facebook, ...
À la fin, les jeunes essaient d'apporter une certaine structure dans tous les documents qui leur ont été envoyés.
Quelles sont les principales conclusions ? Quel est le point commun entre tous les participants ?
Y a-t-il des différences ?

Interviewer des personnes de la communauté et des personas : les entretiens avec des personnes de la communauté peuvent être réalisés soit en ligne (Teams, Zoom ou Skype), par téléphone ou hors ligne par un seul membre du groupe (au lieu de l'ensemble du groupe).

- Cartographier les entreprises existantes : cela peut être fait en ligne avec seulement de petites modifications en utilisant Google Maps.
- Entretiens avec les entrepreneurs : les entretiens avec les entrepreneurs peuvent être réalisés soit en ligne (Teams ou Zoom, Skype), par téléphone ou hors ligne par un seul membre du groupe (au lieu de l'ensemble du groupe).

Penser à un modèle économique

Le choix de l'emplacement potentiel d'un pop-up (en utilisant Google maps par exemple) et le BMC peuvent se faire en ligne.

Analyse de marché

Les jeunes créent un prototype de leur produit, recueillent les commentaires de la communauté et apportent ensuite des adaptations au produit ou au service. Si l'analyse de la communauté se fait principalement en ligne, les jeunes doivent chercher des moyens de recueillir des commentaires en ligne. Ils peuvent présenter leur produit ou service dans une courte vidéo et recueillir des commentaires à l'aide de diverses plateformes telles que YouTube, Facebook ou un blog.

Bien sûr, il est préférable que les participants soient en mesure d'utiliser le produit et de l'essayer. La nécessité de cela dépend en grande partie du type de produit ou de service que les jeunes veulent prototyper.

Trucs et astuces

Soyez créatif : si vous avez une autre idée pour faire l'analyse communautaire en ligne, c'est bien.