

GRILLE D'AUTODIAGNOSTIC

Votre message est-il ~~confus~~ ou *clair* ?

Pour les projets scientifiques, techniques ou complexes.

Pourquoi des tests ? Quand on connaît son sujet, tout paraît clair. Les tests remplacent votre avis par celui de vos lecteurs.

Mode d'emploi

1. Pour chaque critère, faites le test proposé. Il prend 1 à 3 minutes.
2. Notez de 1 à 4 selon le résultat du test, pas selon votre ressenti.
3. En cas d'hésitation entre deux notes, prenez la plus basse.
4. Additionnez, puis lisez votre résultat page 2.

CRITÈRE	LE TEST	1 • FLOU	2 • FRAGILE	3 • SOLIDE	4 • CLAIR	NOTE
01 Positionnement	Demandez à 3 collègues de présenter le projet en une phrase, par écrit, sans se concerter.	Personne n'y arrive en une phrase.	Trois phrases différentes.	Même idée, mots génériques (« innovant », « durable »).	Phrases quasi identiques, avec ce qui vous distingue.	
02 Cohérence des messages	Comparez la première phrase de votre site, de votre dernière présentation et de votre profil LinkedIn d'organisation.	Trois sujets différents.	Même sujet, trois formulations.	Messages clés présents sur 2 supports sur 3.	Les mêmes messages clés partout.	
03 Lisibilité	Faites lire votre page d'accueil à une personne hors du métier, puis demandez-lui de reformuler en 30 secondes.	Elle ne sait pas ce que vous faites.	Elle dit quoi, pas pourquoi.	Elle y arrive après avoir tout relu.	Elle explique le pourquoi dès la première phrase.	
04 Adaptation aux publics	Listez vos 3 publics prioritaires. Pour chacun, avez-vous une phrase d'accroche différente, écrivez quelque part ?	Pas de publics définis.	Publics listés, un seul discours.	Un message adapté pour 1 ou 2 publics.	Un fond commun et une porte d'entrée écrite par public.	
05 Usage des canaux	Pour chaque canal actif, écrivez en une ligne son rôle (informer, convaincre, recruter...).	Impossible pour la plupart.	Rôles flous ou identiques.	Rôles clairs, publications irrégulières.	Peu de canaux, chacun avec un rôle tenu.	
06 Mesure	Citez de mémoire vos 3 indicateurs de communication et leur dernière valeur.	Aucun indicateur.	Il faut chercher.	Vous les connaissez, ils ne font pas décider.	3 à 5 indicateurs connus, qui ont changé une décision cette année.	

Total sur 24

Ce que dit votre score

6 – 11

Le message se brouille

Le problème n'est pas le volume de contenu, c'est ce qu'il faut dire. Tout commence par le positionnement.

→ C'est le cas où un regard extérieur fait gagner le plus de temps. Réservez 30 minutes gratuites.

12 – 18

Les bases sont là

Votre fond tient, mais il se perd entre les personnes et les canaux. Fixez 3 messages clés et faites-les utiliser par tous.

→ Réservez 30 minutes avec votre score : je vous dis la première chose que je corrigerais.

19 – 24

Votre message est clair

L'enjeu devient la régularité et la mesure. Travaillez votre critère le plus bas.

→ Pour aller plus vite, voyez ce qu'un outil sur mesure peut automatiser : h2-communication.fr/outils

Ce que coûte un message flou : un financeur qui décroche à la deuxième phrase. Un partenaire qui ne rappelle pas. Une équipe qui raconte cinq histoires.

Trois questions pour aller plus loin

1 Qui doit comprendre en premier ?
Pas « tout le monde » : le public dont la décision compte le plus pour vous cette année.

2 Qu'est-ce qui change pour lui si vous réussissez ?
Un risque évité, un coût réduit, un délai raccourci, une question résolue.

3 Quelle preuve peut-il vérifier ?
Un chiffre, un partenaire, un résultat. Une seule, mais solide.

DIAGNOSTIC CLARTÉ

Cette grille mesure ce que vous voyez.
Le diagnostic mesure ce que *vos publics* comprennent.

Questionnaire de cadrage, analyse de vos supports, sondage de l'équipe, rapport et restitution de 45 minutes en visio, en deux semaines.

Premier échange de 30 minutes, **gratuit et sans engagement.**

Réserver 30 minutes

Prix fixe : Express 590 € HT · Clarté 1 490 € HT
h2-communication.fr/diagnostic