




	Comportements à démontrer Vous devez être capable de :	Connaissance et compréhension
 3.1 Collecter des données*	<ol style="list-style-type: none"> 1 Utiliser les méthodes de suivi et d'évaluation décrites dans votre plan de communication pour collecter, suivre, valider et enregistrer les informations sur la mise en œuvre et les progrès accomplis par rapport à vos indicateurs clés de performance 2 Tenir compte des nouvelles informations et de la désinformation 3 Suivre la réponse et le retour d'information des publics cibles 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Types d'outils de suivi, de plateformes et de repères adaptés au contexte de la communication antidopage et des relations avec les médias, et comment les utiliser 2 Comment recueillir les commentaires des publics cibles 3 Types et sources potentielles de nouvelles informations et de désinformation
 3.2 Analyser les données*	<ol style="list-style-type: none"> 1 Évaluer les données recueillies pour identifier les points à améliorer dans votre plan de communication 2 Évaluer si la mise en œuvre de votre plan de communication dans le temps se déroule comme prévu 3 Évaluer si vous avez atteint vos indicateurs clés de performance, tels que spécifiés dans votre plan de communication 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Comment assurer le suivi et l'évaluation de votre plan de communication 2 Indicateurs clés de performance de votre plan de communication
 3.3 Utiliser les données* et l'analyse pour mettre en œuvre le changement	<ol style="list-style-type: none"> 1 Apporter des ajustements de manière continue à la mise en œuvre de votre plan de communication, si nécessaire, en réponse au suivi et à l'analyse de vos activités 2 Utiliser l'évaluation de votre plan de communication pour élaborer un plan de communication révisé si nécessaire 3 Déterminer si les indicateurs clés de performance et les méthodes de suivi et d'évaluation étaient appropriés et les modifier si nécessaire 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Comment utiliser le suivi et l'évaluation pour améliorer votre plan de communication en permanence et lors de la préparation d'un nouveau plan 2 Comment établir la pertinence de vos indicateurs de performance et de vos méthodes de suivi et d'évaluation et comment les améliorer

Glossaire

Normes applicables en matière de confidentialité et de protection des données :

Toute norme de protection de la vie privée et des données pouvant s'appliquer aux opérations des responsables des communications, y compris le Code mondial antidopage, le Standard international pour la protection des renseignements personnels (SIPRP) et les directives associées, les spécifications organisationnelles ou les lois et règlements régionaux et nationaux.

Plan de communication

Un plan de communication peut faire référence à un :

- plan de communications internes
- plan de communications externes
- plan de relations avec les médias sociaux
- plan de relations avec les médias
- plan de relations avec les institutions
- n'importe quel plan analogue

Données

Les données recueillies à des fins de suivi et d'évaluation peuvent inclure :

- l'analyse de site web,
- l'analyse des médias sociaux;
- des données qualitatives et quantitatives et
- la présence des parties prenantes, leurs réactions et leurs niveaux d'engagement.

Stratégies de segmentation

Les stratégies de segmentation font référence aux différentes approches que vous pouvez utiliser pour identifier vos groupes cibles, leurs besoins et leurs profils.

Énoncé d'ampleur

Canaux de communication

Les canaux de communication peuvent inclure les sites web (d'entreprise et liés aux événements), les plateformes de médias sociaux, les médias (imprimés, audio, TV), l'intranet, les courriels (y compris la signature, les bannières, etc.), les événements (conférences/comités/plateformes en ligne), les actifs physiques, les applications mobiles et les applications de messagerie.

Contenu des communications

Communiqués de presse, notes d'allocution, avis aux médias, contenu de sites web, vidéos, infographies, podcasts, émissions de radio, contenu visuel, dépliants, microsites, éditoriaux, articles, courriels de masse, présentations PowerPoint, contenu de médias sociaux, contenu d'applications mobiles, messages (textes).

Mener les activités médiatiques

Interview des médias, tournée des médias, conférence de presse, réponse aux questions des médias, relations avec les médias media relations,

Compétences

Sur la base des résultats d'une enquête qui a circulé parmi les praticiens de la communication et des relations avec les médias dans le secteur de la lutte contre le dopage en 2021, une liste de compétences a été identifiée comme nécessaire à la profession. La liste suivante détaille les compétences jugées essentielles par 75 % des répondants. Ces compétences doivent être évaluées chez les candidats qui postulent à un poste de communication et de relations avec les médias :

- Rédaction
- Capacité à traiter avec les parties prenantes internes et externes
- Planification
- Capacité à travailler avec des informations sensibles et à maintenir la confidentialité
- Capacité à présenter un contenu et des sujets techniques complexes dans un langage et un format simples et attrayants
- Capacité à cibler correctement les communications en fonction de l'audience
- Capacité à donner et à recevoir une rétroaction
- Collaboration
- Fixation d'objectifs
- Gestion du temps et établissement des priorités
- Volonté et capacité d'apprendre
- Pensée critique
- Pensée créatrice
- Pensée analytique et logique
- Le souci du détail
- Capacité à utiliser le traitement de texte, les tableurs, les médias sociaux, la visualisation de données et la communication par courriel
- Capacité à travailler dans le respect du code, des normes et de l'éthique
- Écoute active
- Pensée stratégique
- Intelligence émotionnelle
- Capacité à effectuer plusieurs tâches de front
- Capacité à s'exprimer à l'oral

Collaborateurs

L'AMA, tout en dirigeant le travail de normalisation pour rédiger les standards professionnels, travaille de pair avec les parties prenantes et les équipes techniques de l'AMA. Le travail de développement pour les communications et les médias a été mené par un groupe de travail technique composé de :

- Aditya Kumar - AIU
- Andy Colquhoun - South African Rugby Union
- Elvis Gitau - ADAK

- Eva Bunthoff - ANAD Allemagne
- James Fitzgerald - AMA
- Marta Nawrocka - ITA
- Megan Cumming - CCES
- Vanessa Reid-Ledford - JADCO

Ce groupe était présidé par des praticiens de l'éducation issus du secteur de la lutte contre le dopage :

- Catherine Coley - AFLD

Apperçu du GLDF

Une des six priorités de l'AMA dans le cadre du plan stratégique 2020-2024 de l'Agence mondiale antidopage est d'accroître son impact. Dans le cadre de cette priorité, l'Agence s'est engagée à «élaborer des programmes de formation et des normes de qualification pour les professionnels de la lutte contre le dopage afin d'améliorer le professionnalisme et de renforcer les capacités du personnel chargé de la lutte contre le dopage».

Par conséquent, en avril 2020, le département Éducation de l'AMA a commencé à rédiger un cadre mondial d'apprentissage et de développement (CMAD), grâce auquel des formations spécifiques et standardisées pour une série de rôles dans la lutte contre le dopage sont élaborées et mises à la disposition des organisations antidopage (OAD)

et des autres parties prenantes de l'écosystème antidopage dans le monde entier. Le CMAD établit des descriptions de tâches, des normes professionnelles et des activités d'apprentissage et de développement global pour les rôles de praticiens dans le secteur de la lutte contre le dopage.

Les normes professionnelles ont été utilisées par l'AMA pour développer des programmes de formation basés sur les compétences. Elles peuvent être lues en concurrence avec :

(1) le descripteur de rôle pour le rôle correspondant, un document simple qui clarifie les principales caractéristiques des rôles clés de la lutte contre le dopage et peut servir de base à l'élaboration d'une description de poste lorsque les OAD cherchent à recruter un poste pour un rôle donné.

Gestion de la qualité

Version : 1,0

L'AMA mettra régulièrement à jour ce document pour s'assurer qu'il reste d'actualité. La version 1,0 est publiée spécifiquement dans le cadre d'un projet pilote et sera revue à la fin du projet pilote.

Approuvé par : Comité de formation de l'AMA

Date d'approbation : Novembre 2021

Date de publication : Décembre 2021

(2) le cadre de compétences de base de l'antidopage, qui détaille les valeurs et les compétences communes aux différents rôles du secteur de l'antidopage.

Les normes professionnelles sont les points de référence des bonnes pratiques et décrivent le niveau de compétence attendu pour un rôle donné. Il ne faut pas les confondre avec les normes internationales, qui sont un ensemble de documents qui, avec le Code mondial antidopage, visent à harmoniser les politiques, règles et règlements antidopage entre les organisations antidopage (OAD) pour des parties techniques et opérationnelles spécifiques des programmes antidopage.