

Comment ...produire des sms adaptés aux besoins des exploitants et les messages texto pour les campagnes de vulgarisation

ASHC a élaboré une liste de contrôle pour la production des textes sms imprimés simples/réalistes pour les petits-exploitants. Les messages texto devraient être:

Opportuns - Deux catégories d'informations opportunes se présentent aux petits-exploitants.

- L'information relative au cycle de la culture.
- SMS et messages texto qui contribuent à alerter les producteurs par rapport aux crises et les changements d'information et peuvent donner des conseils sur la démarche à adopter. Une information dynamique peut contenir se rapporter à des problèmes à l'instar d' comme par exemple un foyer de ver dans la localité, une information météorologique à plus ou moins longue échéance période, les prix du marché des intrants (semence et engrais), ou les prix de production des cultures des produits.

Conseil avec preuve à l'appui – de préférence les essais de champ en milieu paysan plutôt que la preuve de la au lieu de résultats de station de recherche, mais impliquant les innovations menées par le producteur et les connaissances indigènes le cas échéant.

Le niveau éthique de toute information de vulgarisation devrait être celle qui ne porte aucun préjudice et devrait être à même de fournir de véritables assistances aux petits-exploitants. Dans ce contexte, il s'agit de ne pas élargir le niveau de risqué auquel les petits-exploitants sont exposés à.

Soyez engagés – Les messages SMS doivent fournir des suggestions et solutions- non pas seulement de donner des informations (à l'exception éventuelle du prix). Il n'est pas suffisant de définir le problème - autant que si possible les producteurs doivent porter leur propre jugement.

Un message – chaque SMS doit toujours porter sur un message clé, à tout le moins qu'il s'agisse du de résumé d'un nombre de de précédents SMSs précédents utilisés pour consolider la compréhension et présenter des mesures abordables.

Fournir des options – dans l'approche ISFM GIFS nous avons elles sont souvent des options. Alors une bonne campagne de SMS/ message texto s'emploiera à énoncer les principes d'ISFM de GIFS et suggérer des options – sans être pour autant trop normative directif.

Il faut encourager les producteurs à appliquer leur propre jugement.

Si la campagne concerne les femmes productrices aux faibles ressources modiques – alors les options qui doivent correspondre aux choix qu'on leur offre doivent être prioritaires – donc soit des options à faible intrant de modestes contributions.

Les options doivent être alignées aux règles et règlements existants

Soyez précis – la présentation des options ISFM GIFS doit s'effectuer de façon précise et facile à comprendre. Cela devrait généralement impliquer une étape d'expérimentation de tous les messages ISFM GIFS. L'assurance qualité est une partie essentielle de la campagne pour assurer que les informations sont précises et exactes.

Soyez pertinent et non condescendant – les petits-exploitants pourraient avoir besoin d'informations ordinaires figurant dans les textes afin de valider les messages les plus innovants. En revanche, les messages sms/ texto qui contiennent des éléments qui sont des informations évidentes pour tous les petits exploitants sont à éviter. C'est un appel au jugement à l'attention des rédacteurs, mais il est important que la soi-disant connaissance affectée derrière une campagne soit testée.

Le langage approprié – Les SMS de par leur nature sont des messages simples d'un maximum de 160 caractères. Aussi concis Très courts, de simples expressions mots et des phrases courtes à ne pas manquer sont nécessaires. Le langage adéquat implique d'assurer que des jargons de producteurs (non des jargons scientifiques) sont utilisés. Une autre décision nécessite d'être testée: si les supports didactiques sont offerts dans les langues locales ou la langue officielle du pays? Au Ghana il a été décidé que le texte écrit soit généralement en Anglais. Cela parce que:

- Les lecteurs, lisent en Anglais
- Les formes écrites des langues locales n'étaient pas suffisamment précises pour certaines complexités du message d'ISFM de GIFS; à titre d'exemple la distinction de l'engrais, le fumier et le composte

Si la campagne a été élaborée pour un groupe particulier – par ex. les jeunes – alors assurer que vous allez explorer la méthode dont les jeunes utilisent le sms: cela implique les émoticons et les abréviations qu'ils comprennent. Certaines latitudes avec des ponctuations conventionnelles sont probablement acceptables – si le sens est clair.

Les Des expressions parlées générées par des messages du téléphone téléphoniques peuvent facilement être élaborées dans les langues locales où cette technologie demeure une option.

Vous avez seulement 160 caractères (dans le cas des Pépiement tweets de 140), alors assurez-vous qu'ils fonctionnent tous bien. Rappelez-vous qu'un espace est un caractère.

Soyez réaliste – les technologies ISFM GIFS proposées sont-elles une offre éventuelle possibles pour les petits-exploitants de reproduire, vu leurs ressources modiques modérées et les autres défis auxquels ils font face. Cela comprendra:

- Assurer que les unités de mesure sont présentées de manière qu'elles puissent être reproduites avec un minimum de matériels

- Assurer que les intrants sont décrits de façon claire aux producteurs
- Assurer que les intrants sont disponibles; à titre d'exemple les engrais nutritifs simples peuvent être la meilleure approche de répondre à la fertilité du sol, mais si les commerçants d'intrants commercialisent seulement un mélange les d' engrais composés cela ne profite guère.

Information localisée – en fonction de comment la constitution de la base de données des détails de sms des producteurs a été construite pour les SMSs, en dépend la façon dont les supports personnalisés peuvent être, par exemple les options des variétés de culture peuvent être présélectionnées selon la culture qui pousse bien dans cette localité (et ce qui est disponible).

Il s'avère important de connaître le niveau champ de localisation qui peut être utilisé pour sélectionner les destinataires des différents messages, par exemple mettre en relation les petits-exploitants avec les distributeurs d'intrants avec pour une variété particulière de semence améliorée. Cela s'effectue facilement comme une réponse à la question- en revanche cela ne pourrait pas être partie d'un texte en dehors du dans le cadre d'une campagne extérieur de texte.

Information spécifique de la pour une culture personnalisée particulière – une fois encore en fonction de la façon dont les détails des producteurs ont été recueillis, les petits-exploitants doivent être à mêmes de sélectionner les messages sms portant sur les cultures qui les leur sont importantes.

Les options de réponse réaction – le cas échéant lorsque c'est possible des les options de réponse réaction doivent être élaborées proposées. Cela pourrait impliquer les relations entre les distributeurs d'intrants/ prix ou les prix du marché dans différentes localités. Il pouvait comprendre peut aussi concerner un type de service soigneur comme la reconnaissance des symptômes des carences des plantes.

Indication à d'autres sources d'information – l'utilisation des codes courts de l' URL peut signifier que le des sites web pour d'autres informations peuvent être intégrés dans un SMS.

Gestion des ententes attendues – planifiez la campagne de texte. Tentez d'informer Informez les petits-exploitants que des messages complémentaires surviendront en rapport à ce au présent sujet suivront: ex. +4, (p.ex. 1er des 5 messages dans un paramètre lot) +3, +2, +1, 0 montrant le compte à rebours à la fin du message.

En somme, la campagne se doit de venir à bout de bien de problèmes réels ou qui présentent présenter des défis majeurs opportunités réelles aux petits-exploitants. Les informations fournies doivent être actualisées régulièrement.