



Management de la communication d'entreprise

1

Concepts clés

Entreprise-Organisation

1

- **Management**

2

- **Performance**

3

- **Stratégie**

La communication d'entreprise

1-Entreprise

L'entreprise est un projet économique qui mobilise un ensemble de ressources

Ressources :

financières, matérielles ,
techniques et humaines

Son objectif:

produire des produits ou des services en faisant intervenir les motivations du profit et de la compétitivité

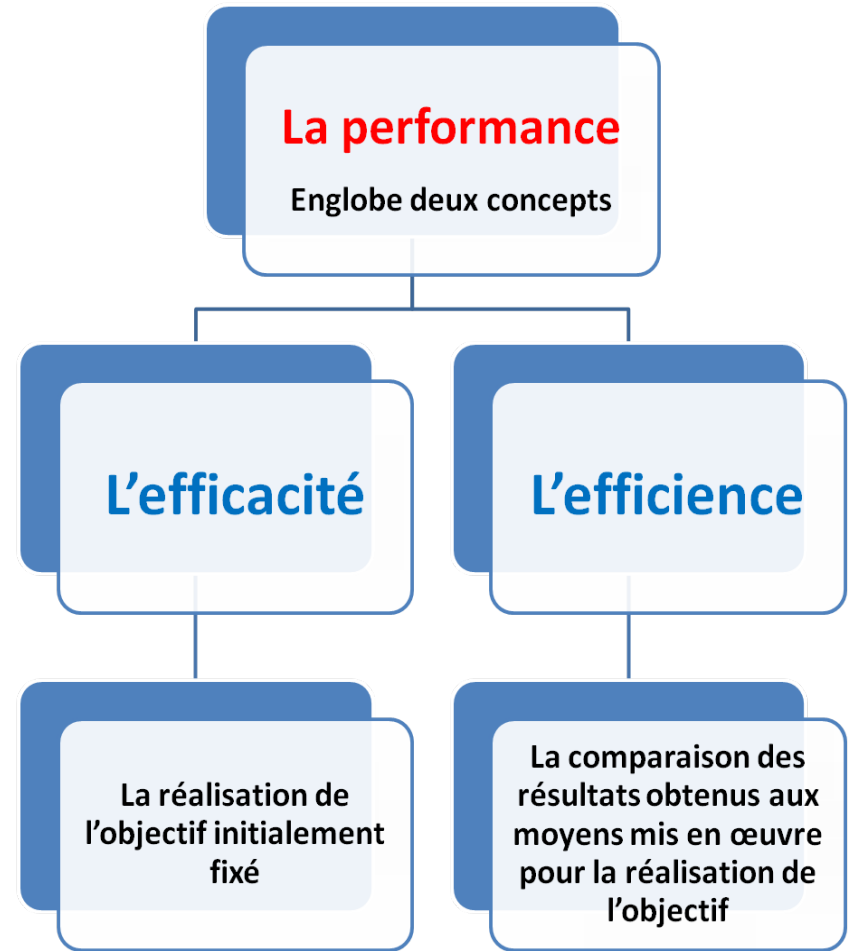
2-Définition du management

- Le management désigne l'ensemble des techniques d'organisation et de ressources qui sont mises en œuvre pour l'administration d'une organisation, dont l'art de diriger des hommes, afin d'obtenir une performance satisfaisante.

3-Entreprise et performance

Qu'est-ce que la performance ?

- **La performance**, en gestion, est le résultat ultime de l'ensemble des efforts d'une entreprise ou d'une organisation.

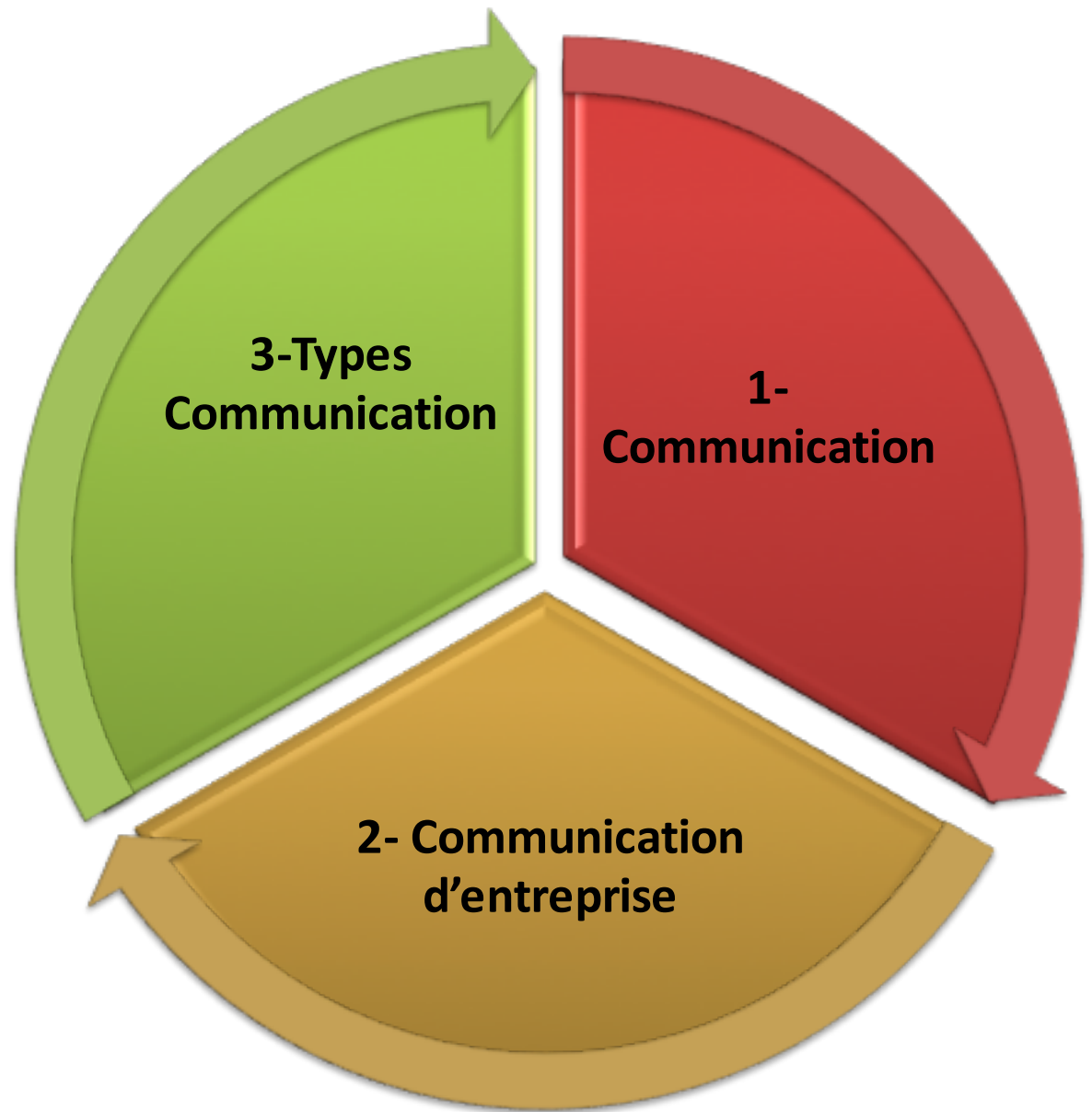


4-Entreprise et stratégie

❑ La stratégie est l'art de diriger et de coordonner des actions pour atteindre un objectif.



Entreprise et Communication



Partie 2

2-Qu'est-ce-que la Communication?

**Un mot richement
polysémique**

**Un concept
ambigu dans le
domaine du
management .**

**3- Les moyens
techniques par
lesquels des
personnes/ des
entreprises ou des
managers
communiquent**

**2- C'est échanger
avec autrui des
idées ,des
sentiments, ou
autour d'un
objet/objectif**



**On peut lui
attribuer les sens
suivants :**

**1- Communiquer:
c'est établir une
relation**

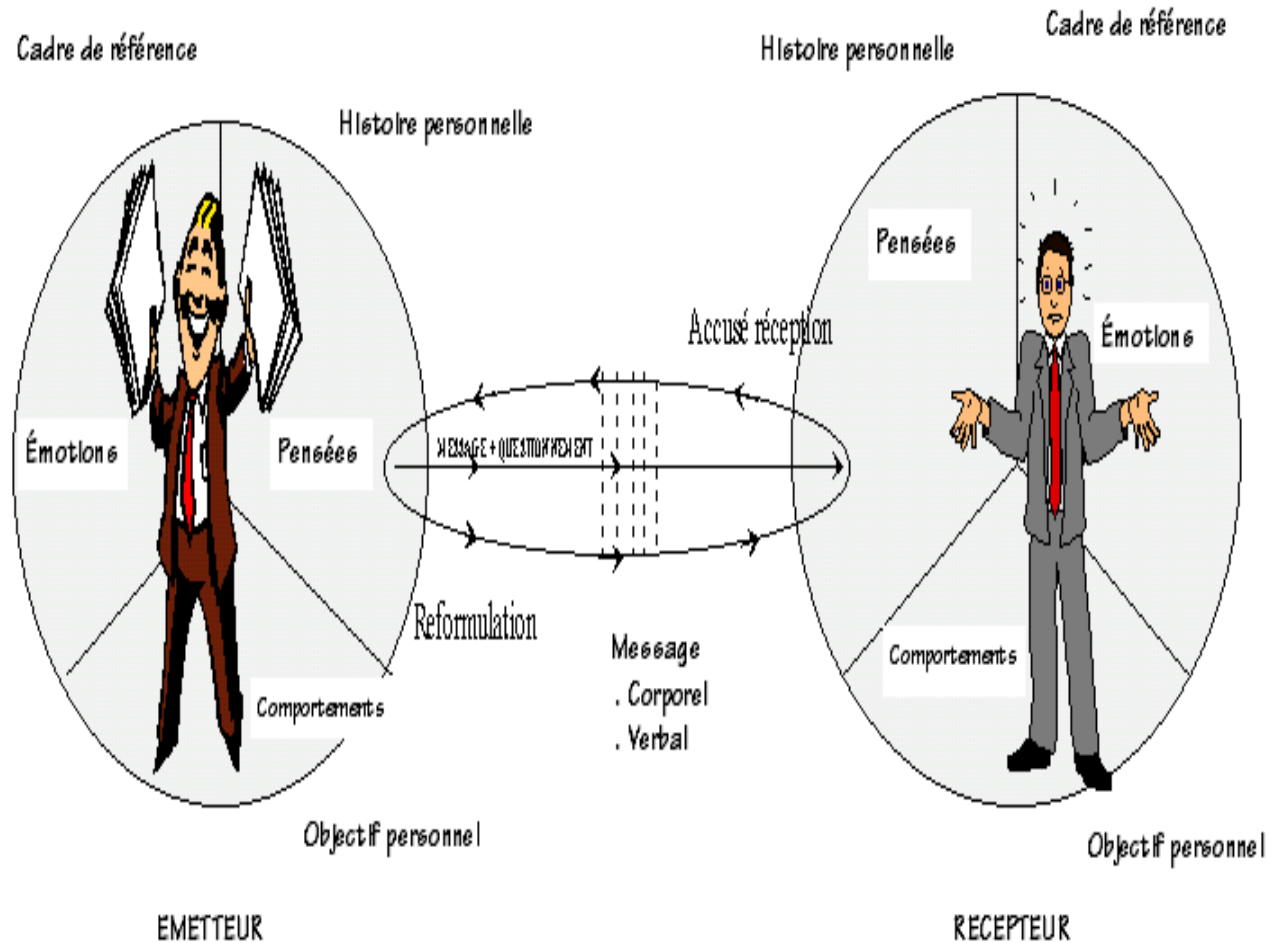


- **La communication se définit comme un processus bilatéral d'échange et de compréhension de l'information entre au moins deux partenaires.**

Il signifie à la fois:

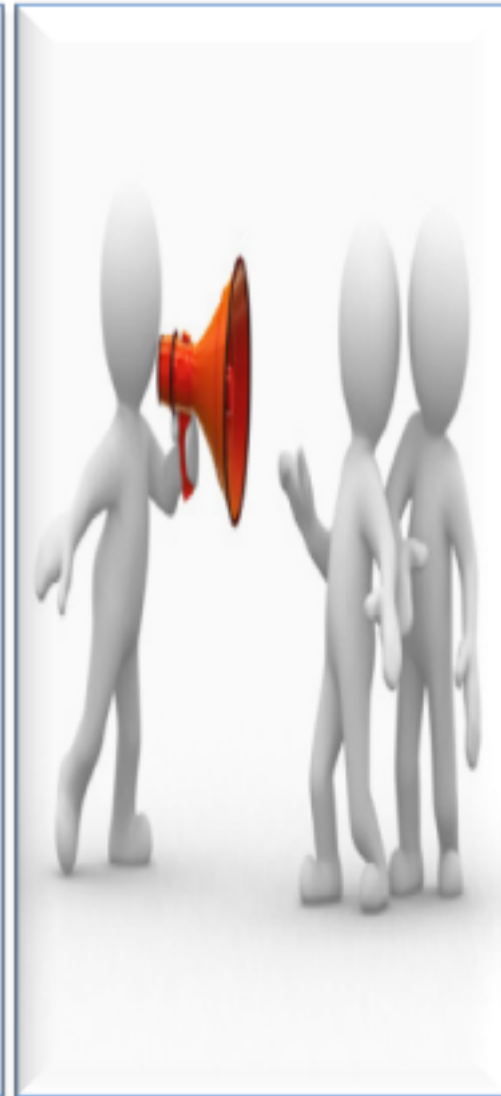
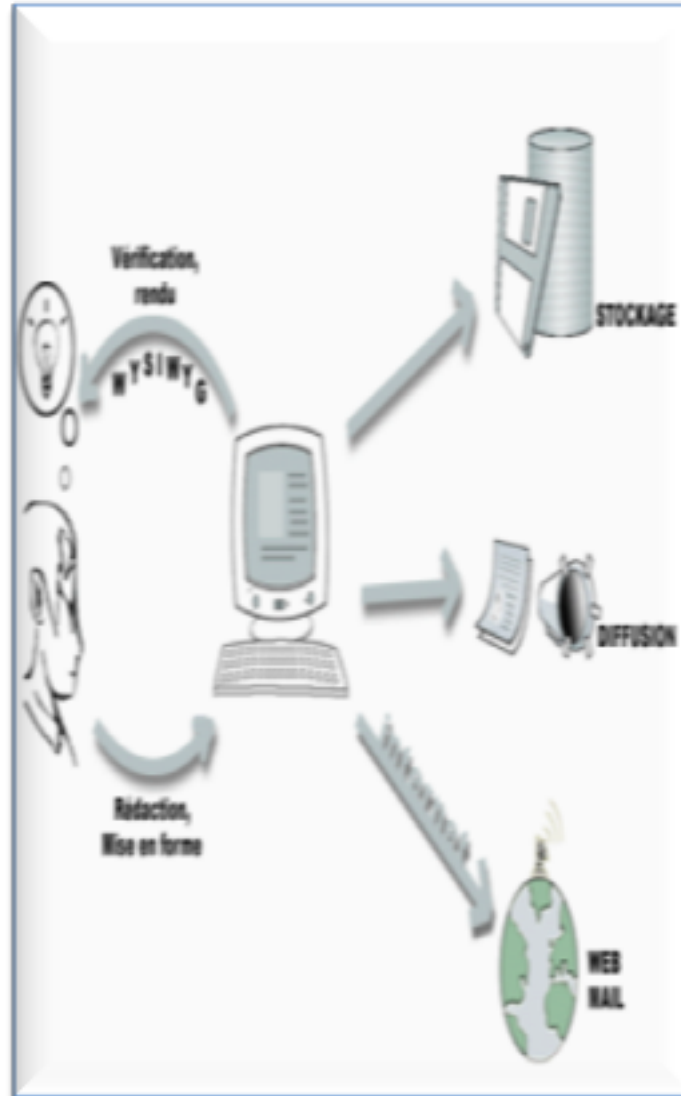
1- La relation ,
l'échange ,
la liaison
le partage

- Émetteur
Récepteur



2- la diffusion de l'information (action)

- Émetteur
Récepteur



- **3- le message , l'information (contenu)**

- **Émetteur**



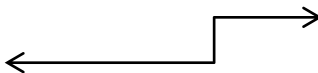
Récepteur

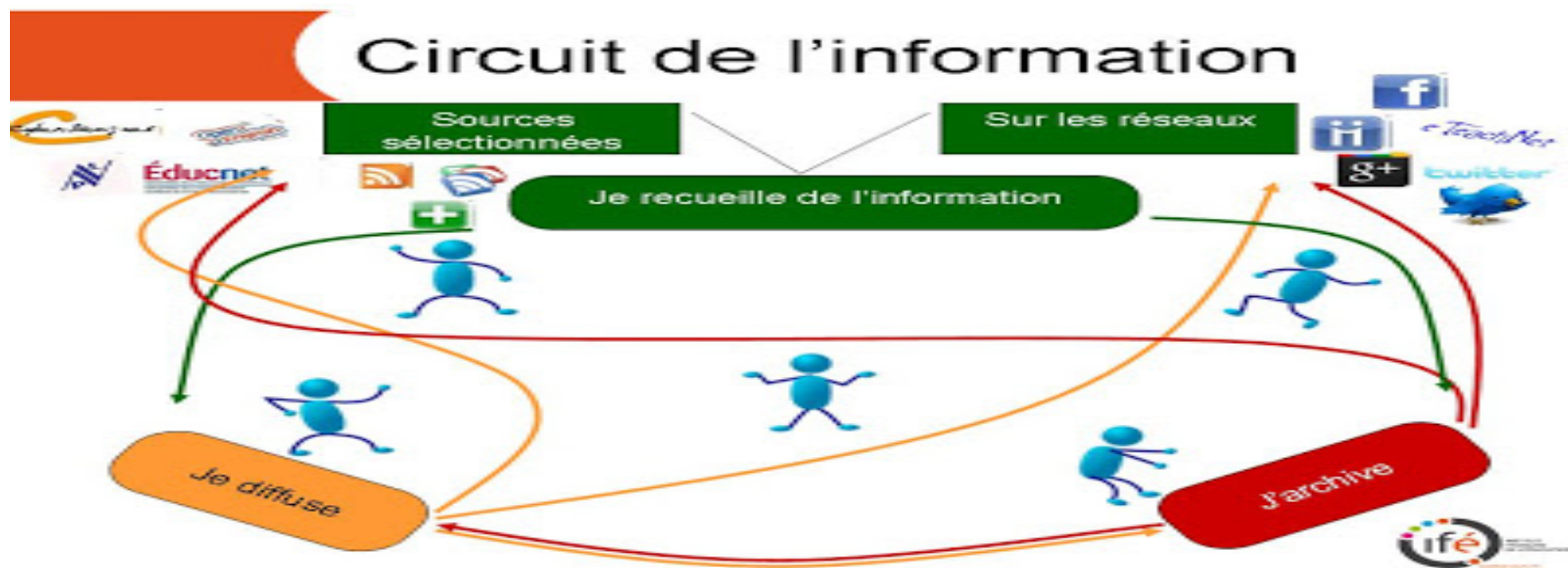
- 4-la transmission , le média

VoIP Diagram



- 5- la circulation de l'information .

- Émetteur  Récepteur



Partie 3

Qu'est-ce – que la Communication d'entreprise

- **La communication d'entreprise est l'ensemble des actions de communication qui visent à promouvoir soit les produits ou les services de l'entreprise ,soit son image vis-à-vis de ses clients et différents partenaires .**

- **La communication d'entreprise s'inscrit dans une trajectoire globale .**
- **Elle a comme mission:**
 - a) positionner l'entreprise,**
 - b) lui donner une personnalité reconnaissable par tous ces publics ,**
 - c) Lui fournir une identité distincte de la concurrence.**

Donc

l'entreprise n'a plus le choix :

**Elle doit s'affirmer , parler , dialoguer ,
communiquer .**

**Et plus efficace sera sa politique de
communication plus forte sera son
image**



Qu'est-ce que l'image d'entreprise ?

**On peut définir l'image
comme étant constituée par
l'ensemble des
représentations objectives
(des faits , des caractéristiques
matérielles, des résultats)et
subjectives (attributs,
symboles)qu'un individu perçoit
d'un produit ou d'une
entreprise .**

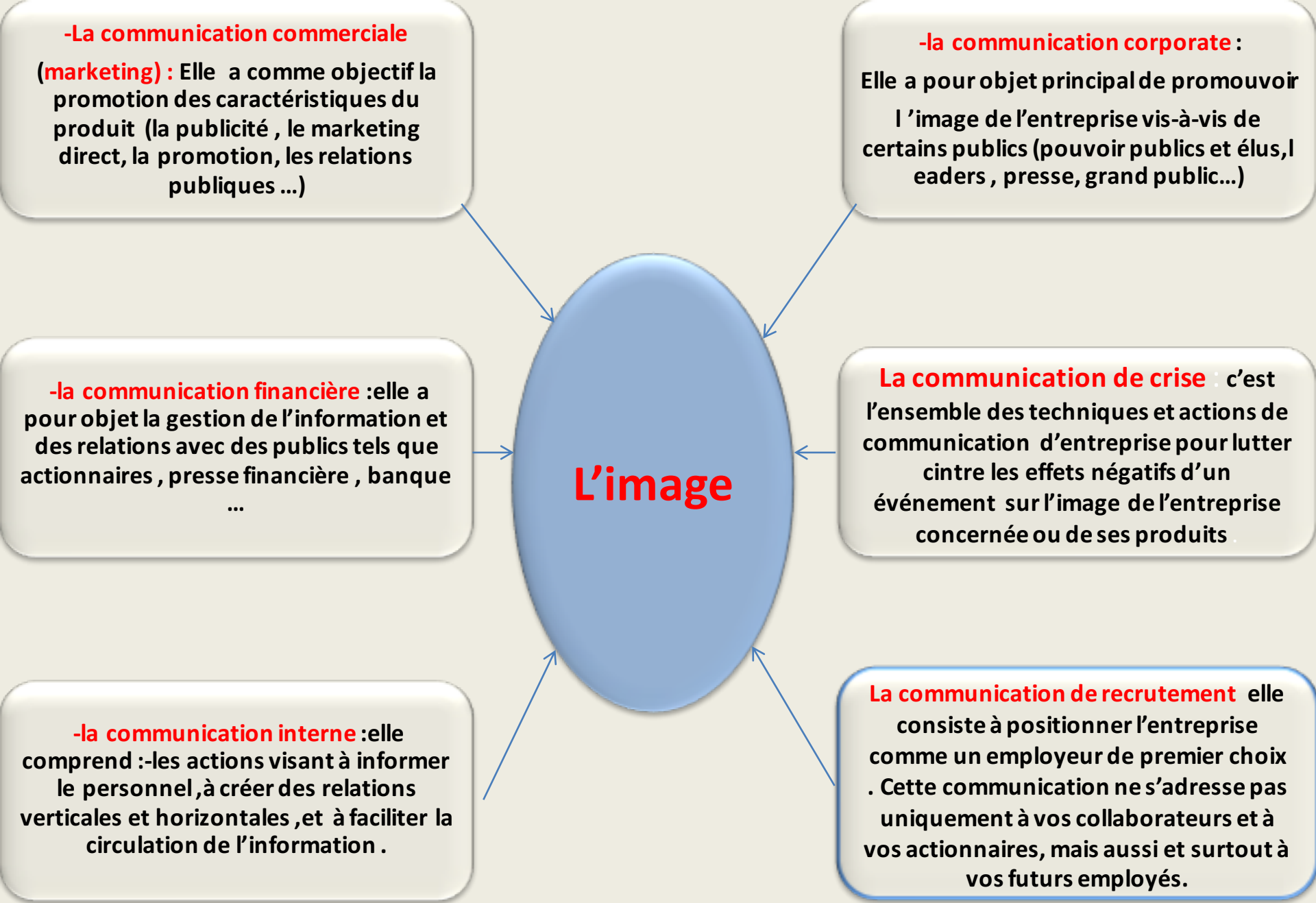
Synthèse

- **La politique d'image c'est l'art de donner confiance , de rassurer , et de se faire aimer .**
- **Une bonne politique d'image permet à l'entreprise de démontrer :**
 - **Qu'elle existe ,**
 - **Qu'elle est une organisation à forte valeur ajoutée,**
 - **Qu'elle est un label de qualité**

Questions

- **Comment marketer l'image de l'entreprise ?**
- **Comment la rendre positive auprès des publics cibles?**
- **Quelle est la stratégie à adopter pour atteindre cet objectif?**
- **Quels sont les moyens de communication nécessaires pour promouvoir l'image de l'entreprise ?**

Les types de communication d'entreprise



Partie 4

La communication interne

La communication interne



Définition

- La communication interne englobe l'ensemble des actes de communication qui se produisent à l'intérieur d'une entreprise et qui prennent pour cible le personnel.

Ses modalités

- Elles varient d'une entreprise à l'autre:
- - politique des portes ouvertes ,
- - réunions périodiques,
- - politique des bureaux clos,
- - dialogues informels , rumeurs.

à retenir

- **La communication interne est une réponse**

fonctionnelle

Stratégique

à l'évolution
du
management



La communication interne est une valeur ajoutée pour l'entreprise

- Pourquoi développer une communication interne ?

la communication interne remplit les fonctions suivantes :

Écouter

Inform

Manager

- **La communication interne s'inscrit dans une perspective sociale , répondant aux attentes d'information des salariés .**



- On ne peut pas demander à des hommes de participer à une œuvre collective en aveugle.
- Ils ont besoin :
 - ❖ de comprendre où l'entreprise va ,
 - ❖ d'être reconnus pour leurs compétences,
 - ❖ d'être écoutés .



- **Les objectifs de la communication interne**

-1-

- **1- sensibiliser le personnel aux enjeux de l'entreprise .**

-2-

- **2-Répondre au besoin d'information du personnel.**

-3-

- **Expliquer l'entreprise et ses finalités .**

-4-

- **Créer une identité d'entreprise , une culture commune.**

-5-

- **Aider la hiérarchie à faire descendre et remonter l'information .**

-6-

- **Informer le personnel avant l'extérieur .**

-7-

- **Aider le management à animer son équipe .**

-8-

- **Construire un esprit d'équipe ,
et renforcer la cohésion .**

-9-

- **Préparer les salariés à des changements d'organisation.**

-10-

- **Mobiliser les énergies de chacun ,et dynamiser .**

-11-

- **Établir un climat de confiance**
.

-12-

- **Situer la contribution de chacun au fonctionnement de l'entreprise .**

-13-

- **Renforcer la considération et le respect mutuels.**

-14-

- **« Vendre » l'entreprise aux salariés .**

-15-

- **Accompagnement de la mise en place d'un projet transversal.**

-16-

- **Permettre à chacun de s'exprimer .**

-17-

- **Faire circuler l'information .**

-18-

- **Favoriser le sens de la coopération.**

-19-

- **Prévenir les conflits collectifs .**

-20-

- **Former le personnel à la communication .**

-21-

- **Favoriser l'initiative et l'autonomie .**

-22-

- **Éviter la circulation de la rumeur .**

-23-

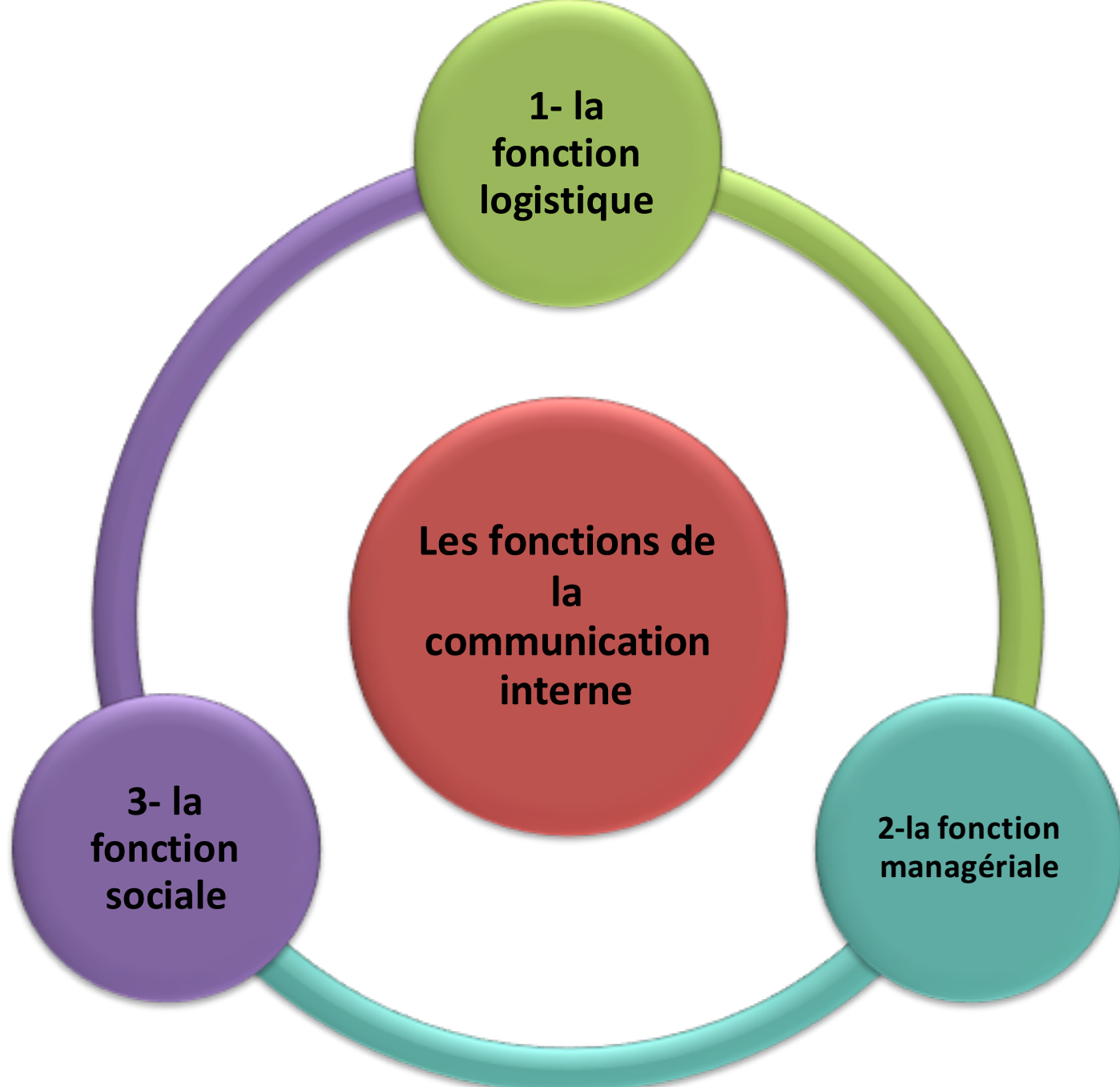
- **Évaluer l'état de la communication interne .**

à retenir

- Si la communication est aujourd'hui un élément essentiel de succès de l'entreprise , elle impose le respect d'une démarche très rigoureuse de type stratégique .



Les fonctions de la communication interne



1- La fonction logistique : la circulation de l'information

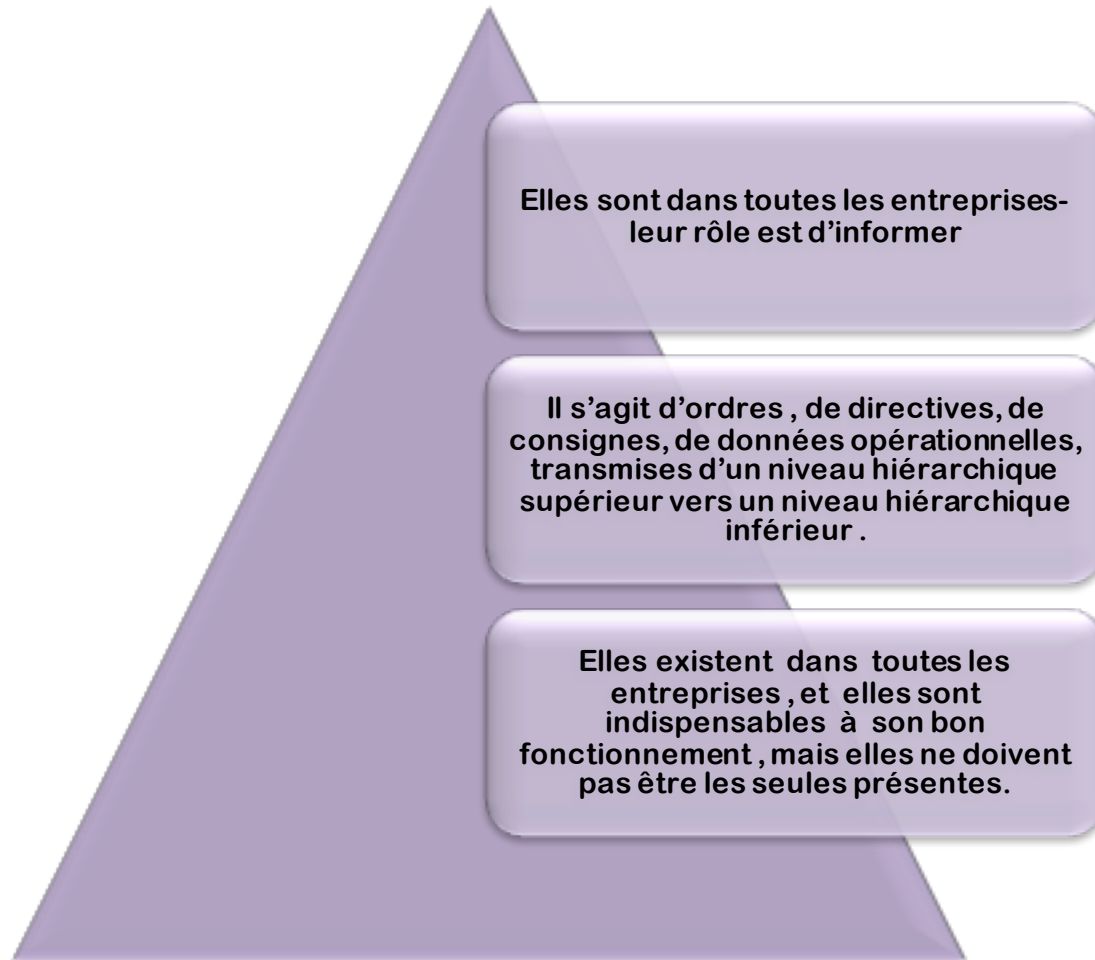
```
graph TD; A[1- La fonction logistique : la circulation de l'information] --> B[Les informations descendantes]; A --> C[Les informations ascendantes]; A --> D[Les informations latérales];
```

**Les
informations
descendantes**

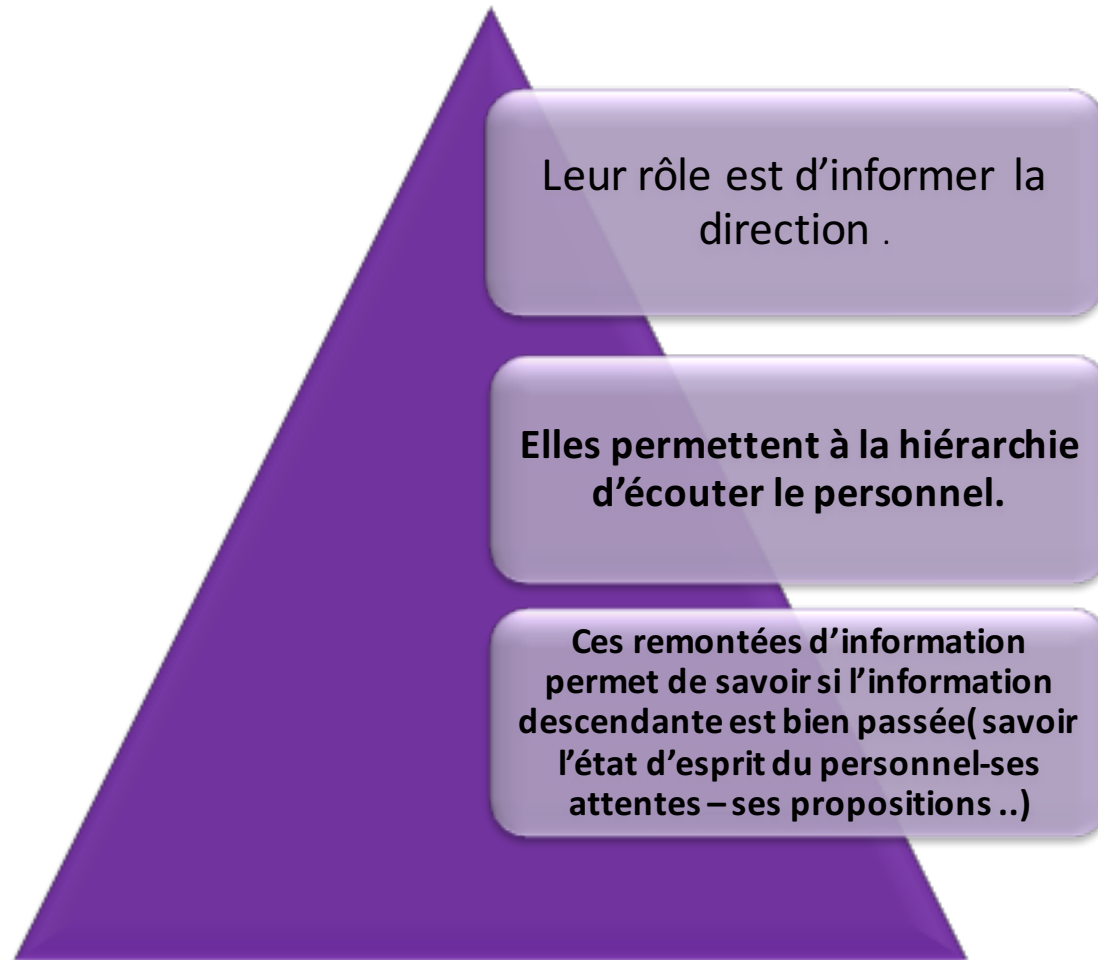
**Les
informations
ascendantes**

**Les
informations
latérales**

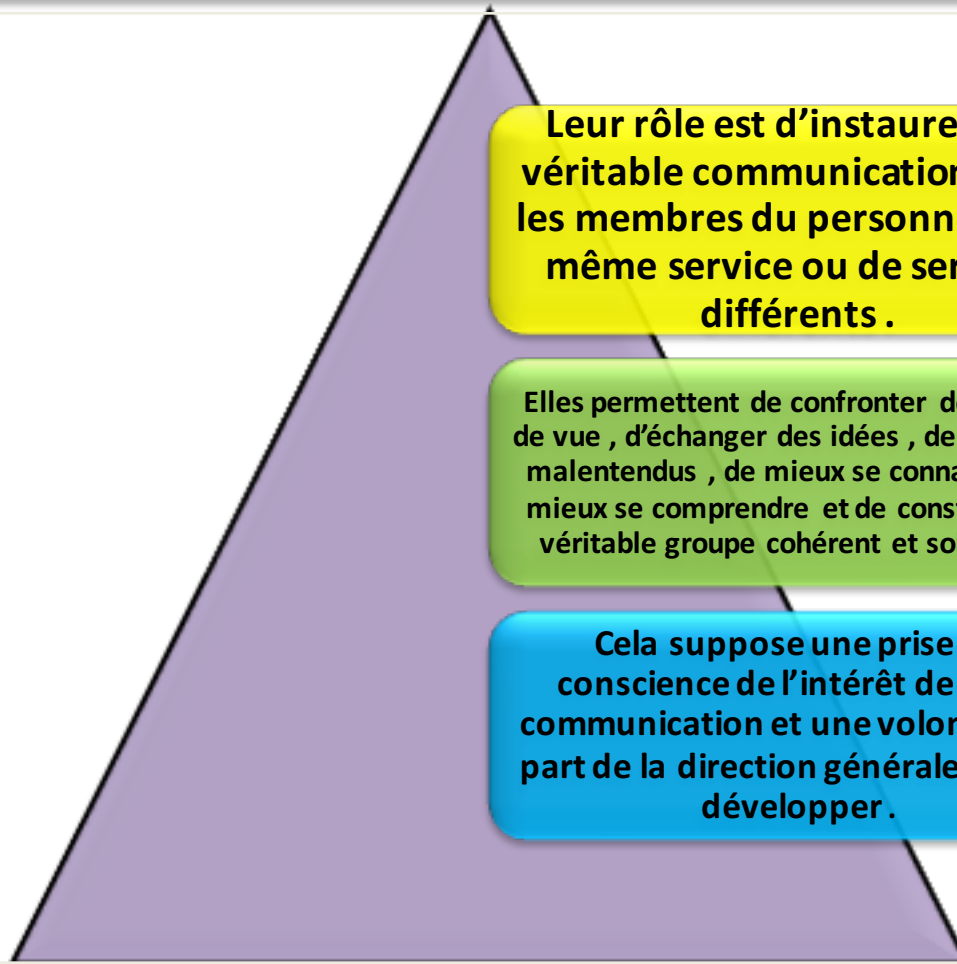
a-Les informations descendantes



b- Les informations ascendantes



c-Les informations latérales

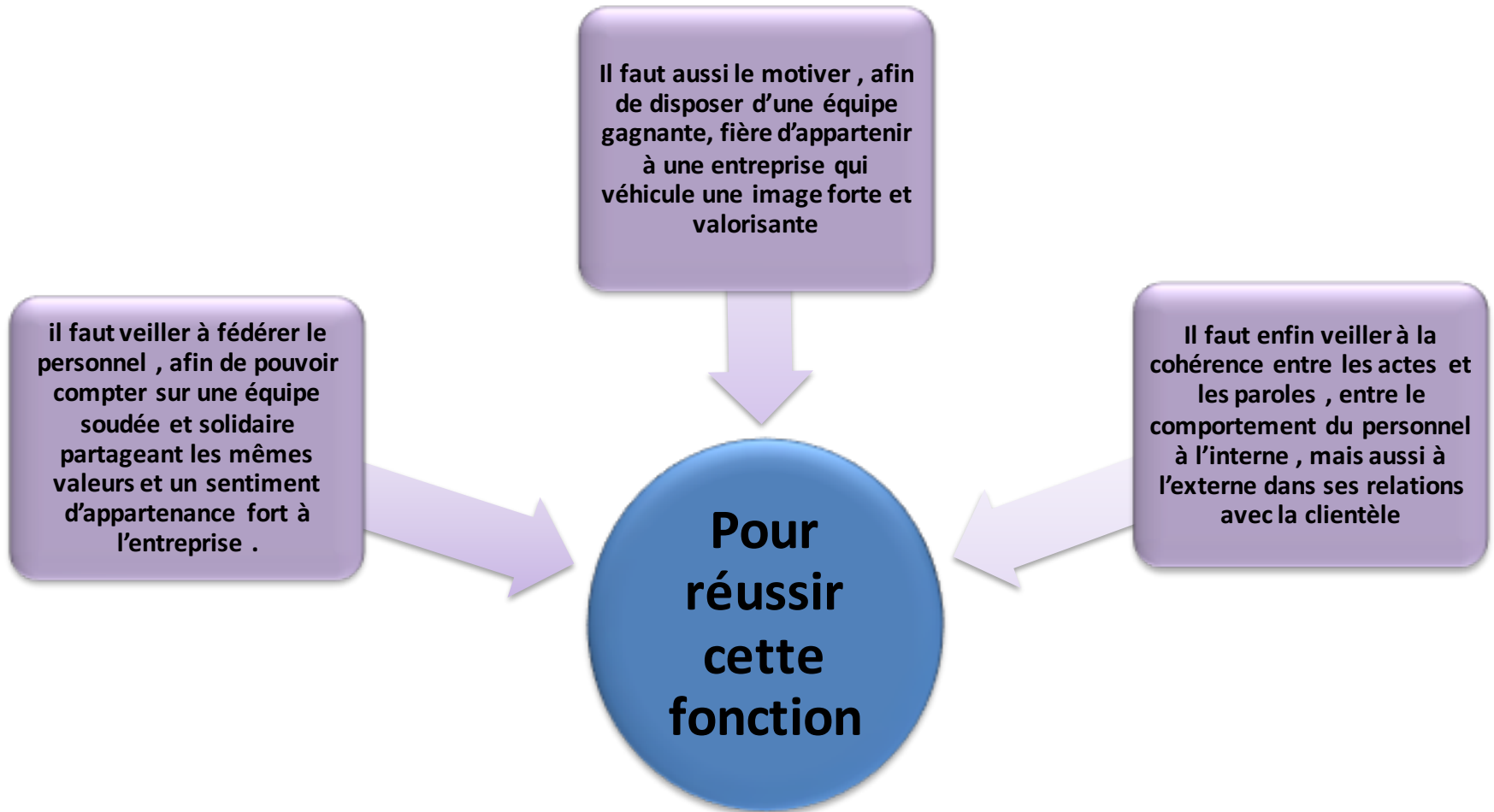


Leur rôle est d'instaurer une véritable communication entre les membres du personnel d'un même service ou de services différents .

Elles permettent de confronter des points de vue , d'échanger des idées , de lever des malentendus , de mieux se connaître , de mieux se comprendre et de constituer un véritable groupe cohérent et solidaire .

Cela suppose une prise de conscience de l'intérêt de cette communication et une volonté de la part de la direction générale pour la développer .

2- la fonction managériale



3- la fonction sociale

- **Relation entreprise –personnel:**
- **Elle touche les opinions et les attentes sur les conditions de travail, d'hygiène et de sécurité, l'organisation du travail , les rémunérations , l'évolution de carrière , les avantages sociaux .**
- **Pour cela il faut être à l'écoute des salariés et répondre à leur préoccupations par une information sociale .**

Attentes de l'entreprise et des salariés

- Les attentes de l'entreprise vis-à-vis du salarié reposent sur deux clés de l'efficacité d'une organisation:

1

- **La primauté du client** = écoute, rigueur, souplesse.

2

- **Le travail en équipe** : volonté, énergie, ouverture, attention

Synthèse

- La pratique d'une bonne communication interne a un effet positif sur le climat du travail ,sur l'opinion que les salariés ont de la firme et sur l'image globale de l'entreprise .

Les moyens de la communication interne

Les moyens oraux



Les moyens écrits



**Les moyens informatiques
et audiovisuels**

Les moyens oraux

- L'échange oral est le moyen de communication le plus naturel et le plus immédiat.
- La communication orale peut se faire de manière informelle (échanges dans les couloirs de l'entreprise) mais aussi de manière structurée (réunions d'information, de concertation, de travail, etc)

Les spécificités de la communication orale formelle (cas de la réunion du travail)

- **Elle doit être organisée .**
- **Rien ne doit être laissé au hasard .**
- **Dans le cas d'une réunion de travail :**
- **Convoquer à temps tous les participants;**
- **Préciser l'objet de la réunion;**
- **Fixer une durée et s'y tenir;**
- **Préparer les outils de communication adéquats et s'assurer de leur bonne utilisation**
- **Prévoir un disposition efficace de la salle ;**
- **Programmer le déroulement de la réunion;**
- **Prévoir un animateur**
- **Prévoir des documents d'accompagnement remis aux participants;**
- **Prévoir la rédaction du compte rendu et la diffusion rapide aux intéressés.**

Les moyens écrits

- L'écrit est le moyen vecteur de communication interne .
- Il permet de transformer des obligations de communication (diffusions d'informations, transmission d'instructions ,publication de résultats...)en occasions de contact .

Les spécificités

- L'écrit crédibilise une information, car il engage son auteur,
- Il sert de référence (les paroles s'envolent et les écrits restent),
- Il faut utiliser les moyens adaptés aux besoins de la situation ,
- Il faut éviter l'accumulation des documents écrits qui conduit à un désintéressement et à une non lecture (trop d'informations tue l'information) .

Les formes de l'écrit professionnel

- La note d'information,
- Le journal d'entreprise,
- L'affichage ,
- Le compte rendu de réunion ,
- La revue de presse,
- Le livret d'accueil,
- Le bilan social ,
- le rapport annuel d'activité ,
- La lettre personnelle ,
- La signalétique
- Les vêtements de travail,

Les formes informatiques et audiovisuels

- Les moyens de communication informatiques et audiovisuels ont pris une place importante dans les grandes entreprises et ils se développent dans les PME
- Ils étaient perçus comme gadgets ,ils ont su montrer leur intérêt et prouver leur efficacité.

Les spécificités

- Ils permettent de mieux capter l'attention en rendant l'information moins austère .
- Ils améliorent la diffusion de l'information et facilitent sa compréhension, sa mémorisation et son assimilation .

Quelques outils

- **Les aides visuelles** : ce sont des moyens qui permettent de montrer en même temps à un groupe de personnes des éléments d'information ou d'illustration (tableaux, tableaux à feuilles mobiles, rétroprojecteurs...)

- **Le film d'information** : court métrage présentant les activités de l'entreprise , ou une partie d'entre elles , ou un problème spécifique .

- **La téléconférence** :audioconférence et visioconférence.
- Réunions d'information et de travail entre plusieurs personnes se trouvant dans deux sites éloignés.

- **La messagerie électronique** : transmission de messages écrits par l'intermédiaire de réseau informatique interne .

- **L'intranet** :réseau informatique d'entreprise qui permet une transmission sécurisée et homogène d'informations, d'applications et de services et qui utilise les technologies d'accès et les outils de recherche de l'internet .