

UNIVERSITÉ NAZI BONI

ÉCOLE SUPÉRIEURE D'INFORMATIQUE



PROFESSEUR : Mr Dieudonné SANOU

Contact : dedsonoffice@yahoo.com

PROJET : DU MODULE DE COMMUNICATION EN
ENTREPRISE 2023

MENBRES DU GROUPE 1 :

ADIWO B-Jules

GANSORE Alpha Omar Hasben

DIANE Korotimi

KIENTEGA Jean

NEBIE Aminata

PORGO Abdoul Nassirou

SOMMAIRES

INTRODUCTION

I-Présentation de l'entreprise

- 1-Dénomination et Adresse
- 2-Philosophie et Assortiments
- 3-Partenaires et plan de développement

II- Présentation de l'image actuelle de l'entreprise

- 1- Barème
- 2- Collecte des données
 - a. Image réelle
 - b. Image voulue
 - c. Image perçue
 - d. Image possible
- 3- Evaluation de l'entreprise
- 4- Diagnostic de l'entreprise

III- Élaboration d'une campagne de communication pour l'entreprise

- 1- Résumé de la stratégie de communication de l'entreprise
 - a- La ligne directrice de l'entreprise
 - b- La culture de l'entreprise
 - c- Le positionnement de l'entreprise
 - d- l'avantage concurrentiel
- 2- Vision de communication de l'entreprise
 - a-La théorie de la communication informative et persuasive
 - b-La théorie de l'écran fumée
- 3-Typologie
- 4-Orientations stratégiques de communication de l'entreprise

Conclusion

Sources

INTRODUCTION

La communication est un échange qui se veut verbal ou non verbal entre un locuteur et un interlocuteur. C'est dans ce sens que la communication en entreprise englobe et brasse la vie et les interactions entre les membres, associés et partenaires de l'entreprise, sans oublier aussi les clients de l'entreprise. D'où la communication interne et externe qui régissent en général la communication en entreprise. Le problème qui se pose ici est de savoir comment est structurée la communication au sein d'une entreprise ?

Pour une meilleure compréhension et illustration de notre module de communication en entreprise nous avons donc décidé sur proposition de l'enseignant de mener une étude de communication en entreprise. Notre étude porte donc sur l'entreprise LIGDICASH. Cette étude comprendra une analyse approfondie dans la mesure du possible de tout ce qui brasse la communication en entreprise à travers le plan d'étude élaboré ci-dessus et comme toute étude constructive nous mettrons en exergue les différentes solutions pour rendre la communication dans cette entreprise meilleure.

I. PRESENTATION DE L'ENTREPRISE

1. DENOMINATION ET ADRESSE

Nom : LigdiCash (Ligdi en langue nationale mooré qui signifie « ARGENT » et Cash en anglais pour dénomination d'argent en Espèce)

Logo :



Slogan : « Simple, Fiable et Rapide »

L'entreprise LigdiCash est située au secteur n°3 (Accart-Ville) de Bobo-Dioulasso au 3ème étage du bâtiment de la banque Agricole sur le boulevard. Son siège est au Burkina-Faso précisément à Bobo-Dioulasso mais l'entreprise a des représentations un peu partout dans le pays.

LigdiCash est également dans d'autres pays comme le Mali, le Bénin, la Côte d'Ivoire, le Togo, le Sénégal...

Tel : +226 72 33 58 38

WhatsApp : +226 55 80 00 14

E-mail : nina.son@LigdiCash.com

Adresse page web : www.LigdiCash.com

La liste des agences LigdiCash et leurs zones de situation

Agences de BOBO

AGENCES	ZONES	NUMEROS
Etablissement SESSOUMA	Accart-Ville en face de l'alimentation HELICO	75-59-93-73
BAGAYA BUSINESS	Secteur 21 en face de la SNC	77-77-02-16

Etablissement TEEGAWENDE	Secteur 22 en face du stade SANGOULE LAMIZANA	76-64-47-33
Etablissement SAWADOGO FRERES	et Accart-Ville en face du csps d'Accart-Ville	77-07-10-47

Agences de BOBO

SALGATECH	Tanghin non-loin de la paroisse SAINT GUILLAUME	57-75-37-55
-----------	---	-------------

2. PHILOSOPHIE ET ASSORTIMENTS

LigdiCash, Société A Responsabilité Limité (SARL) a été créé en 2017. Mr SAWADOGO Harouna, Mr BARRO, Mr TRAORE Souleymane, trois étudiants de l'Ecole Supérieure d'Informatique (ESI) qui avait des difficultés avec les moyens de paiement existants (Apple, ...), vu la cherté de ces moyens de paiement ils ont voulu avoir leur propre API (Application Programming Interface). Nos trois étudiants vont rencontrer par la suite Mr Donald (un béninois) qui était sur le même projet. C'est suite à cela que ces quatre braves ont décidé de s'associer pour former leur propre entreprise qu'ils baptisèrent « LigdiCash » qui est aujourd'hui une référence pour plusieurs personnes qui souhaitent faire des transactions. L'entreprise commença ses activités en 2019.

En ce qui concerne les assortiments l'entreprise est principalement reconnu comme un intégrateur de moyens de paiement pour les partenaires et une solution de paiement pour les marchands. En effet, celle-ci offre les différents services tels que les dépôts cash, les retraits cash, les transferts compte à compte.

3. PARTENAIRES ET PLAN DE DEVELOPPEMENT

Partenaires :

LigdiCash est un intégrateur de moyens de paiement en ligne. Elle a comme principaux partenaires les différents opérateurs du pays à savoir Moov et Orange, NAFA vision, les téléphones mobiles d'autres pays, ...

plan de développement :

Le plan de développement est un outil permettant la formalisation des objectifs de développement, de compétences et en matière de savoir-faire. Le plan de développement de l'entreprise LigdiCash est basée sur la consolidation des clients déjà acquis, sur le développement de leurs produits, sur la diversification des services offerts, sur l'extension du marché, sur ses performances passées, ses forces, ses faiblesses, ses opportunités et menaces. Evaluer le marché sur lequel l'entreprise fonctionne, identifier la concurrence et les tendances du secteur.

II. PRESENTATION DE L'IMAGE ACTUELLE DE L'ENTREPRISE

L'image d'une entreprise se définit comme un ensemble de représentation

qui donne l'état de l'entreprise. Les caractéristiques d'une image sont :

L'image interne : réelle et voulue qui dépendent de l'entreprise

L'image externe : possible et perçue, indépendamment de la volonté de l'entreprise. La suite de cette partie consistera à présenter l'image de LigdiCash

1. Barème

Notre barème est le suivant :

0 = Insuffisant

1 = Passable

2 = Assez Bien

3 = Bien

4 =Très Bien

5-Excellent

2. Collecte des données

Après une visite à LigdiCash le mardi 25 et jeudi 27 juillet 2023, et après avoir recueilli quelques avis de quelques clients, nous avons essayé d'établir l'image de la société :

a. Image réelle

La ligne réelle d'une image résume ce que l'entreprise est réellement au constat. Concernant l'entreprise LigdiCash, bien qu'elle ait un personnel réduit dû au fait que l'entreprise veut numériser ses services, elle a conscience de l'importance des clients dans son ascension vers le développement elle mise donc sur un accueil chaleureux à travers une assistance compétente. Les locaux de l'entreprise sont bien entretenus. L'entreprise dispose des caméras de surveillances pour renforcer la sécurité. Du bas de l'étage nous pouvons percevoir une signalisation qui indique que LigdiCash se trouve au 3eme étage de l'immeuble. Dans le bâtiment il existe des indications de Ligdicash dirigeant vers le niveau concerné.









b. Image voulue

L'image voulue d'une entreprise est la manière dont l'entreprise aimerait être représentée. Après un entretien avec Madame SON, la directrice en communication de l'entreprise LigdiCash, il en ressort que l'entreprise souhaite faire plus qu'elle ne le fait maintenant, notamment en matière de publicités où leurs ressources sont limitées pour en faire comme les sociétés en vogue de nos jours, autrement dit l'entreprise voudrait être connu de telle sorte à être une référence en matière de transactions, moyens de paiement en ligne... car nombreux sont ceux qui Connaissent LigdiCash uniquement par le nom, mais qui n'ont pas idée de ce que LigdiCash offre comme services. L'entreprise voudrait également montrer de partout, l'importance de ses produits et services de qualité.

c. Image perçue

La ligne perçue d'une image est la manière dont l'environnement externe représente l'entreprise dans la carte perceptuelle et/ou dans la carte concurrentielle. Après une visite sur les points de services clients il ressort que :

POINT DE RETRAIT N°1

1. Quelle est la fréquence des clients de LigdiCash ?

Par jour, nous recevons huit (08) clients de LigdiCash sur dix (10) clients au total qui viennent pour faire des dépôts ou retraits.

2. Que pensez-vous de LigdiCash ?

LigdiCash est une jeune entreprise récente et la majeure partie des clients qui viennent faire des retraits ne connaissent pas la procédure de retrait. Nous sommes donc obligés de leur expliquer.

3. Quelles sont les plaintes des clients concernant LigdiCash ?

- Les clients disent qu'il y'a trop de protocoles
- Bugs de l'application de fois inaccessible
- Manque de connexion internet

4. Quelles sont vos suggestions ?

- Il faut que l'entreprise mise encore plus sur la publicité
- Il faut aussi sensibiliser les clients sur l'utilisation de l'application

POINT DE RETRAIT N°2

1 Quelle est la fréquence des clients de LigdiCash ?

Par semaine, nous recevons environ sept (07) clients de LigdiCash qui font des dépôts ou retraits.

2 Que pensez-vous de LigdiCash ?

LigdiCash est une entreprise qui fait la satisfaction des clients mais leur produit reste méconnu pour le moment.

3 Quelles sont les plaintes des clients concernant LigdiCash ?

- Les clients soulignent une difficulté à trouver instantanément des points de retrait ou de dépôts.
- Ils disent que la procédure de retrait ou de dépôts est compliquée
- Manque de connexion internet

4 Quelles sont vos suggestions ?

- Attente d'intégration de paiement de facture et de confection de casier judiciaire
- J'aimerais que LigdiCash nous face gagner autant que Wave qui me fait une entrée de 30000 à 40000 le mois. Qu'ils misent donc sur la publicité.

POINT DE RETRAIT N°3

1 Quelle est la fréquence des clients de LigdiCash ?

Faible demande, environ dix (10) clients par mois.

2 Que pensez-vous de LigdiCash ?

LigdiCash jeune entreprise burkinabé qui fait la fierté de notre pays.

3 Quelles sont les plaintes des clients concernant LigdiCash ?

- Longue procédure de retrait et une double facturation.
- Certains aimeraient avoir recourt au service de LigdiCash mais n'ont pas d'Android
- Plateforme difficile à manipuler.

- Certains disent que leur remarque ne sont pas prises en compte par l'entreprise
- 4 Quelles sont vos suggestions ?
- Faciliter l'utilisation de l'application
 - Rendre l'application accessible à tous.

POINT DE RETRAIT N°4

1. Quelle est la fréquence des clients de LigdiCash ?

Environ cinq (05) par mois.

2. Que pensez-vous de LigdiCash ?

Rien à dire.

3. Quelles sont les plaintes des clients concernant LigdiCash ?

Les clients disent avoir du mal à retrouver l'affiche de LigdiCash sur leur pancarte.

4. Quelles sont vos suggestions ?

Rien à dire.

d. Image possible

L'image possible d'une entreprise représente ce que l'entreprise pourrait être si certaines conditions sont réunies. En ce qui concerne l'entreprise LigdiCash Si les différentes conditions tels que la large publicité, un capital assez important, la répartition assez conséquente des points de retraits dans tous les pays où LigdiCash est représenté, alors cet intégrateur de moyens de paiement connu sous le nom de LigdiCash serait la référence dans toute l'Afrique et pourquoi pas dans le monde entier ?

3- Evaluation de l'entreprise

Références	Justesse	Luminosité	Durabilité	Originalité
Image réelle	Arguments	Arguments	Arguments	Arguments
	-Accueil chaleureux	-cadre restreint	-existence depuis 2017	-Présente 24h/24h

	-Niveau de sécurité acceptable	-Agence peu visible	-Evolution conséquente	-Equipe dynamique -sécurité assurée par les caméras de surveillance
Notes	4/5	2/5	3/5	4/5
Image voulue	- Souhait être une référence en matière de transactions en ligne -Souhaite satisfaire entièrement ses Clients. -L'ambition d'être reconnu à l'international	-Image plus attractive dans le futur selon la vision de la directrice en communication	-Pas de difficultés face à la concurrence, vu que ces concurrents sont des associés ce qui favorise l'entente avec quelques structures dans le même domaine	-Améliorer la visibilité de LigdiCash
Notes	5/5	4/5	3/5	4/5
Image perçue	-Difficulté d'utilisation des produits LigdiCash - Méconnaissance de l'entreprise	-Temps d'attente un peu long dû au problème de la plate-forme de l'entreprise	- Capacité d'intervention rapide	-Elle est un peu partout dans le pays
Notes	1/5	2/5	3/5	3/5
Image possible	-Représentation de l'entreprise dans plusieurs pays	-Mettre en place des panneaux de signalisation	-Objectifs visés	-Maintenance de la culture d'entraide et de cohésion sociale

Notes	4/5	3/5	4/5	4/5
-------	-----	-----	-----	-----

Références	Moyenne
Image réelle	13/20
Image voulue	16/20
Image perçue	09/20
Image possible	15/20

4-DIAGNOSTIC

LigdiCash, étant une entreprise peu récente avec un cadre réduit ne dispose pas d'assez de panneaux publicitaires dans la ville, de leur propre point de retrait. De plus, nombreux sont les clients qui ne connaissent pas les procédures de transactions. Malgré le manque de soutien et de partenaires, LigdiCash demeure une entreprise innovante, courageuse et prometteuse. Cependant même avec le peu de ressources nous pensons que l'entreprise peut se faire une bonne image à travers une bonne stratégie de communication.

III- Élaboration d'une campagne de communication pour l'entreprise

1-Résumé de la stratégie de communication de l'entreprise

La stratégie de communication est le processus coordonnant l'ensemble des actions afin d'atteindre ses objectifs de communication. Définir une stratégie de communication permet d'avoir une vision d'ensemble sur ces actions, de mesurer leur efficacité, et d'optimiser son budget de communication. C'est dans ce sens que les éléments suivants sont des

points cruciaux pour l'étude du résumé de la stratégie de communication de LigdiCash.

a-La ligne directrice de l'entreprise

Elle permet de situer l'entreprise (LIGDICASH) dans son environnement en lui indiquant les voies à suivre pour l'atteinte de ses objectifs :

- **Une communication interne solide:** l'entreprise LigdiCash s'assure de la bonne communication interne en favorisant la transparence de l'information, en fournissant les informations importantes et en encourageant la collaboration entre les différentes équipes et départements de l'entreprise.

- **Objectifs clairs:** l'entreprise définit clairement la fluidité lors de la communication des informations, de la promotion des nouvelles initiatives afin de renforcer son image de marque.

- **Cohérence de la messagerie:** cette entreprise s'assure la cohérence du message à travers leurs canaux de communication existants, en évitant toute contradiction ou confusion.

- **Choix des canaux appropriés:** LigdiCash s'assure d'utiliser les canaux de communication les plus adaptés pour atteindre efficacement son public cible

b- LA CULTURE DE L'ENTREPRISE

La culture d'une entreprise est l'ensemble des valeurs, des croyances, des attitudes et des comportements qui guident les actions et les interactions des employés au sein de l'organisation.

Certains éléments clés de la culture d'entreprise sont les suivants:

-Les valeurs de l'entreprise

LigdiCash a mis en place ses principes éthiques et moraux qui guident les actions et décisions de l'entreprise.

-L'innovation

c'est une entreprise qui encourage la créativité, la prise de risque et le développement de nouvelles idées pour son développement

-L'orientation du client

Dans cette entreprise l'accent est mis sur la satisfaction de ses clients, la qualité de ses services offerts et une approche orientée vers le service.

-L'esprit d'équipe

l'entreprise accorde une importance à la collaboration, à la coopération et à la confiance entre ses employés.

c- LE POSITIONNEMENT DE L'ENTREPRISE

Définir le positionnement d'une entreprise est une étape fondamentale dans l'élaboration de toute étude de communication. Pour définir donc ce positionnement il faut avoir déterminé au préalable un certains nombres d'éléments.

Pour le cas de l'entreprise LigdiCash nous avons jugé pertinent les critères que voici :

- **L'Adaptation aux besoins des clients**

LigdiCash a une facilité d'adaptation aux besoins des clients car ayant une équipe en place qui travaille sur les améliorations possibles de la plateforme pour répondre aux exigences des clients.

Note : 3

- **La globalité de l'offre**

LigdiCash offre une diversité de services qui répond aux attentes de tout un chacun en fonction des besoins mais la globalité de l'offre reste limité vu que l'entreprise propose une plateforme en ligne et qu'une partie de la population n'ont pas été à l'école ou n'ont pas d'Android pour accéder à la plateforme.

Note : 1

- **Identification des cibles et les moyens**

LigdiCash cibles toutes catégories de clients mais les moyens mise en place pour y parvenir reste limité car ayant un capital peu important pour la large publicité. Mais un effort et sacrifice est fait vu qu'elle déploie des agents un peu partout en vue de toucher le maximum de clients possibles.

Note : 3

- **La place qu'occupe l'entreprise dans l'esprit des consommateurs**

LigdiCash est une société assez récente il y'a la difficulté de se faire connaître mais malgré ça la société occupe quand même une place assez importante dans l'esprit des consommateurs.

Note : 2

- **La place qu'occupe l'entreprise sur le marché**

La marche est assez diversifiée de sociétés qui proposent le même service mais néanmoins la société est parmi les trois premiers sur le plan national dans leur domaine.

Note : 3

- **Identification des concurrents**

Les concurrents majeurs reconnu par la société sont **Intouch**, **Onetach** qui sont des sociétés peu connu et Orange une société assez connu.

Note : 2

En conclusion l'entreprise LigdiCash offres des services diversifies pour répondre aux besoins de la population en générale. Malgré la concurrence et les ressources limitées elle arrive à avoir un positionnement assez-bon un constat de 2 selon notre barème.

d-l 'avantage concurrentiel

Entendons par avantage concurrentiel l'ensemble des stratégies utiliser par une entreprise pour se différencier de ses concurrents.

L'entreprise LigdiCash se différencie de ses concurrents sur plusieurs axes.

D'une part, l'entreprise possède des canaux de communication (WhatsApp, Télégramme, ...) qui leur permet d'interagir immédiatement avec ses clients (réduisant ainsi le temps et la distance).

D'autres part, l'entreprise possède une assistance à tous les niveaux.

En effet, tous les employés de l'entreprise sont à la base des assistants ce qui permet à l'entreprise d'être dynamique et rapide dans la résolution des problèmes.

2-VISION DE COMMUNICATION DE L'ENTREPRISE

La vision de la communication de l'entreprise consiste en un ensemble cohérent de connaissances et d'approches en matière de communication,

qui permettent d'expliquer les processus mentaux à l'aide de signes. Ces visions sont souvent influencées par des théories de communication telles que :

a-la théorie de la communication informative et persuasive

L'objectif de cette théorie étant de renseigner et de convaincre les cibles avec des arguments rationnels. On peut donc dire que LigdiCash est une société qui apporte des solutions aux problèmes que rencontre les développeurs d'applications mobile de nos jours qui est celui de vouloir intégrer les différents moyens de paiement qui existent. Les boutiques et points de vente de nos jours ont recours à plusieurs moyens de paiements pour faire leurs transactions. Avec uniquement LigdiCash on a le tout en un car LidgiCash intègre les différents moyen de paiement en lui seul. Cela répond naturellement donc aux besoins de ceux concernés à savoir principalement les commerçants, les particuliers et les développeurs d'application mobiles.

b-La théorie de l'écran fumée

Elle consiste à faire le maximum avec peu de moyens à sa disposition.

3-TYPOLOGIE

LigdiCash est une entité à but lucratif. Son objectif est d'améliorer la qualité de ses services afin d'être la référence en matière de transactions et de moyens de paiement en ligne.

4-ORIENTATIONS STRATEGIQUES DE COMMUNICATION POUR L'ENTREPRISE

Afin d'améliorer ses services, LigdiCash a besoin d'une bonne stratégie de communication. De ce fait nous pouvons apporter quelques solutions à savoir :

- ✚ L'augmentation des agences afin d'être à la portée de tous.
- ✚ Organisation des campagnes de sondage auprès des clients et au niveau des points de retraits en vue de connaître leur image sociale.
- ✚ Se rendre plus visible avec le renouvellement et l'emplacement de la plaque sociétaire et l'installation de quelques plaques publicitaires.
- ✚ Entretenir et consolider les relations publiques et privées par des rencontres, publicités, conférences, réunions ...
- ✚ Faciliter l'utilisation de l'application et améliorer l'utilisation de la plateforme

Conclusion

En conclusion notre étude fournit une analyse approfondie de l'entreprise. D'abord nous avons eu à présenter l'entreprise dans son ensemble et étudier sa communication interne. Travaillant et ayant pour cible le public, la communication externe de LigdiCash a également été abordé afin de relater les images réelles (communication et fonctionnement) de l'entreprise. Aussi, elle propose des recommandations

Cette étude nous a permis en tant que étudiants de vivre quelque peu les réalités de la vie en entreprise. Nous avons donc pris conscience des enjeux et de l'importance de la communication au sein d'une entreprise qui est un pilier essentiel et incontournable pour toute entreprise qui souhaite se bâtir sur des bases solides vers un avenir radieux parmi les multinationaux et internationaux. Au vu de tout ce qui a été dit, analysé, critiqué il est important pour nous de se demander comment est structurée la communication dans la société ?

Les sources

- ✓ Madame SON directrice en charge de la communication de l'entreprise
- ✓ Mlle TARNAGDA l'assistante de Madame SON
- ✓ Quelques stagiaires de LigdiCash

- ✓ Certains clients de LigdiCash
- ✓ Les réseaux sociaux : www.LigdiCash.com
- ✓ Les points de retraits de LigdiCash