



UNIVERSITE MOHAMMED
PREMIER OUJDA
ECOLE NATIONALE DES
SCIENCES APPLIQUEES

جامعة محمد الأول
المدرسة الوطنية للعلوم
التطبيقية



Rapport

« Outils De Pilotage »

Sujet

Communication et Motivation Comme
Outil de Pilotage

Présenté par : *Benmimoun Ilyass*

Boubcheri Ouissal

Saidi Ghazilane

Enseignant : *Pr. Moqaddem Amal*

Année Universitaire 2018-2019

Introduction

L'entreprise étant une organisation, un ensemble des systèmes en interaction structurés dont l'objectif premier est la recherche du profit, lequel conditionne sa survie dans l'environnement, c'est pourquoi elle se doit d'adopter une bonne stratégie de communication interne et de motivation afin de favoriser le développement, la fidélisation et une efficace et efficiente rentabilisation de ses ressources et compétences. Alors qu'elles sont les moyens et les rôles d'une bonne communication et motivation dans une entreprise ? Existe-t-il une recette universelle permettant de motiver le personnel d'une entreprise ?

Plan

- I. La communication dans l'entreprise**
- II. La motivation dans l'entreprise**
- III. Les outils de performance**

Communication au siens d'entreprise

I. Définition de la communication :

La communication globale se définit comme une approche globale de l'ensemble des communications : institutionnelle, marketing et interne. Elle est présentée comme une démarche homogène qui vise à tracer un territoire pour l'entreprise et à l'imposer aux diverses formes de communication. La communication globale recherche la cohérence entre le contenu des messages, la réalité de l'entreprise, des marques et des produits ainsi que les objectifs qu'elle poursuit.

II. Les types de la communication :

La communication interne est un moyen d'information et de compréhension de l'environnement professionnel. Elle permet la conduite du changement, renforce la connaissance et crée l'adhésion pour, finalement, améliorer les performances de l'organisation.

La communication externe est de communiquer avec le partenaire extérieur à l'entreprise, conquérir et fidéliser de nouveaux clients.

III. Comment améliorer la communication ?

- L'amélioration de la communication à l'intérieur de la culture de l'entreprise de telle manière à ce qu'elle contribue à la qualité de vie du staff.
- L'amélioration de la communication entre le personnel et les clients de telle manière à ce qu'elle soit guidée par le respect et les valeurs humaines.
- L'accroissement de la quantité et de la qualité des informations, de la communication et des différents programmes mis en place.
- Le développement des systèmes d'information qui mesurent les effets de la politique de communication.

Motivation Dans l'entreprise

I. Définition de la motivation :

La motivation est une notion qui se distingue du dynamisme et du fait d'être actif. C'est une Énergie spéciale qui découle du ressentiment de bien être dans son environnement professionnel, c'est une énergie qui règle l'engagement d'un individu pour une activité précise. Elle en détermine le déclenchement dans une certaine direction avec l'intensité souhaitée et en assure la prolongation jusqu'à l'aboutissement. Être motivé, c'est essentiellement avoir un objectif, décidé de faire un effort pour l'atteindre, persévérer dans cet effort jusqu'à ce que le but soit atteint. Il y'a lieu de préciser qu'il existe plusieurs théories de motivation dont entre autres la théorie de motivation de **A. MASLOW, ADAMS, HERZBERG, Mc CLELLAND**...etc.

II. Le rôle de la motivation dans l'entreprise :

Toute organisation ayant une vision et des objectifs à atteindre doit se doter des compétences capables de faire aboutir ses objectifs. Ainsi, la motivation serait l'énergie indispensable qui guiderait les comportements des uns et des autres pour une meilleure convergence des actions pour l'atteinte des objectifs.

La politique de motivation dans une entreprise doit avoir pour rôle principal l'engagement des compétences RH, la détermination et l'amour du travail bien fait de façon pérenne. Pour ce faire, l'entreprise doit asseoir une politique de motivation qui prône la transparence, l'équité et la justice. Ces valeurs sont essentielles pour un climat social favorable au développement, à la fidélisation et à un meilleur rendement des compétences. La politique doit tenir compte de l'implication du personnel dans la prise de certaines décisions de la vie de l'entreprise. Aussi, pour renforcer les bases de la politique de motivation pour une bonne fidélisation du personnel, il est nécessaire de prendre en compte les pratiques motivantes de la concurrence.

Précisons qu'à la lumière des différentes théories de motivation, il n'existe pas de recette universelle de motivation. Chaque individu à sa spécificité et ses besoins changeants compte tenu du caractère ambivalent de l'être humain. Il faut situer l'insatisfaction de l'individu, c'est-à-dire son besoin, et le satisfaire. C'est le moyen le plus efficace qui existe pour l'impliquer, et le mobiliser face au but attendu.

L'outils de performance

L'entreprise doit développer sa communication et sa motivation puisque celle-ci est devenue un élément central de tous les processus créateurs de valeurs.

I. La communication :

Une bonne communication permettra au manager de former ses salariés et les faire progresser. Avec son expertise et ses connaissances, le manager va pouvoir les faire évoluer dans leur méthode de travail. Le fait de communiquer brillamment avec ses salariés va également permettre de leur faire adhérer à la politique de l'entreprise, comprendre son fonctionnement et leur utilité dans l'entreprise afin qu'ils se sentent plus acceptés et importants.

II. La motivation :

Le défi des entreprises aujourd'hui, est bien la motivation de leurs personnels. Cela permet à l'entreprise de maximiser la productivité, augmenter la performance et la rentabilité, ainsi permet d'améliorer l'efficacité de l'entreprise. Quand les conditions de travail sont bonnes, elles ont un impact positif sur la motivation des hommes au travail alors leurs performances professionnelles et leurs qualités de vie sont améliorées.

Conclusion

De nos jours, la communication et la motivation dans une entreprise sont des fonctions fort incontournables pour toute organisation qui aspire à une survie dans l'environnement de plus en plus très concurrentiel. Le besoin de disposer des ressources distinctives oblige les organisations ayant des visions à long terme à disposer de bonnes stratégies de communication et de motivation. Ces deux concepts maîtrisés et adaptés à l'entreprise favorisent incontestablement sa réussite. Il est évident qu'une communication bien gérée crée de la valeur ajoutée à l'entreprise. Lorsque qu'elle est mal gérée, elle constitue une source de crises majeures. Aussi, afin de favoriser le développement des compétences distinctives par le biais de la motivation, l'entreprise doit mettre en place une politique de motivation permettant de déceler les besoins des individus, l'équipe organisationnelle de l'entreprise, et les satisfaire au mieux.