

Partie I : Une communication relationnelle efficace

La communication relationnelle efficace est un processus de transmission d'informations, de pensées, de sentiments et d'idées entre deux personnes ou plus, dans le but de développer, maintenir ou améliorer une relation mutuelle. Elle implique des éléments tels que la clarté dans les messages, une écoute active, l'empathie, la compréhension mutuelle et la résolution constructive des conflits.

En utilisant ces compétences, les individus peuvent améliorer leurs relations et créer une communication harmonieuse et productive.

I. La perception : élément clé pour la compréhension de soi et des autres

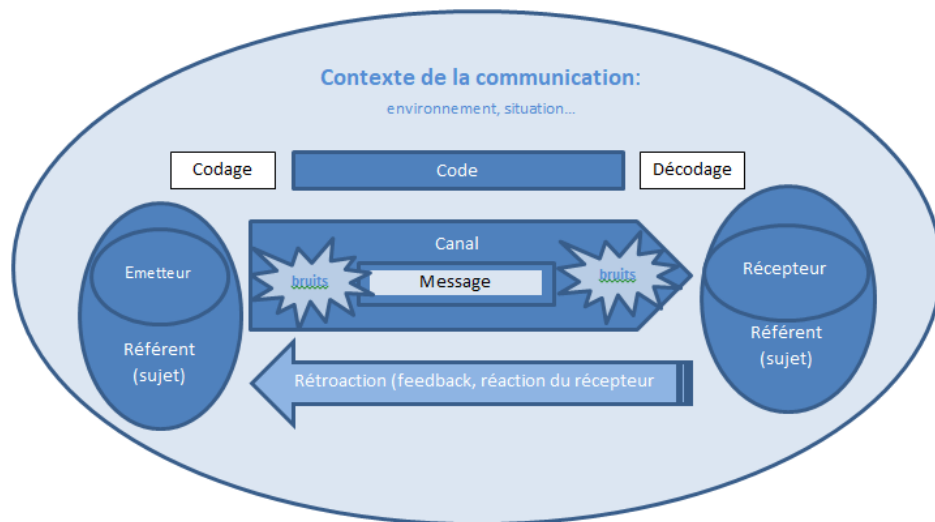
Deux individus dans une même situation objective peuvent réagir différemment selon la façon dont ils perçoivent l'environnement.

On a Trois mécanismes qui permettent d'expliquer ces différences :

- **L'attention sélective** : prêter attention aux messages en accord avec ses attitudes et ses croyances
- **La distorsion sélective** : le mécanisme qui pousse un individu à déformer l'information reçue afin de la rendre plus conforme à ses attentes
- **La rétention sélective** : retenir quelques messages plus que d'autres.

Par ailleurs, les facteurs motivationnels (besoins, état affectif, expérience, vigilance perceptuelle, défense perceptuelle, adaptabilité,...) peuvent avoir un impact significatif sur la perception lors d'une communication relationnelle. Ils influencent la façon dont nous interprétons les messages, nous engageant dans la communication et influent sur notre niveau d'attention et d'implication dans l'échange.

De même, Le contexte joue un rôle essentiel dans la perception lors d'une communication relationnelle. Il fournit un cadre et une compréhension globale de la situation, ce qui influence notre interprétation des messages, nos attentes et nos réactions émotionnelles. Ainsi, un contexte favorable peut favoriser une meilleure compréhension et une communication plus fluide, tandis qu'un contexte défavorable peut entraîner des malentendus et une communication moins efficace.



Partie II : La communication interne

La logique de la communication globale repose sur une cohérence entre les différents modes d'expression de l'entreprise **externe et interne** afin d'en rechercher des synergies. Il semble difficile de développer une image externe sans se soucier de l'adhésion et l'implication du personnel qui constitue le premier vecteur d'image d'une entreprise et l'acteur de la mise en œuvre de sa politique.

1.1 : La communication interne : définition et objectifs

1.1.1 : Définition de la communication interne

« La communication interne concerne l'ensemble des actions de communication entre l'entreprise et ses salariés. Elle permet aux collaborateurs de comprendre les orientations stratégiques des organisations et d'adhérer à la culture d'entreprise ».

1.1.2 : Les objectifs de la communication interne

- ✓ Faciliter la transmission des informations.
- ✓ Motiver et booster le bien-être au travail et l'engagement volontaire des employés.
- ✓ Animer la vie organisationnelle et Installer le dialogue social
- ✓ Assurer un travail efficient et efficace en permettant d'atteindre des résultats performants.

1.2 : Les formes de la communication interne

Tableau 1 : Les chemins de la communication interne

	Mouvement	Supports	Fonction
La communication descendante (ou hiérarchique)	C'est l'information la plus communément mise en œuvre, la plus naturellement pratiquée. Les messages partent d'un certain niveau hiérarchique et sont destinés aux échelons inférieurs.	Les supports en sont variés : journal interne, affichage, réunion, note de service, information téléphonique, vidéo...	Outil classique de management, la communication hiérarchique est utilisée pour former, informer et diriger le personnel.
La communication ascendante (ou salariale)	Elle prend le chemin inverse, c'est-à-dire part du « bas » et remonte la hiérarchie.	Les supports formalisés sont limités : boîte à idées, sondage, affichage, tribune libre dans le journal d'entreprise... Moins institutionnalisée, cette information emprunte surtout des voies informelles directes (échange verbal, lettre ouverte...) ou indirectes (bruits, rumeurs).	Elle permet de connaître les aspirations de son personnel et de désamorcer les éventuels conflits ou tensions. Facteur de bon climat social, elle est aussi un moyen d'améliorer les performances de l'entreprise.
La communication horizontale (ou latérale)	Il n'y a ici aucune notion hiérarchique. C'est un échange d'égal à égal, entre différents secteurs, services ou départements.	L'information latérale se fait naturellement dans les petites structures : tout le monde se connaît, les occasions de dialogue sont fréquentes. Elle doit, en revanche, s'appuyer sur une organisation plus lourde dans les moyennes et grandes structures ; rencontres interservices, tribunes libres ouvertes dans différents supports d'information (magazine, tableau d'affichage...)	L'information horizontale permet de rassembler son personnel, de fonder « l'esprit maison ». Et indirectement, de mieux coordonner le processus de production.

Les canaux de communication jouent un rôle essentiel dans l'amélioration de la communication interne et la performance des équipes au sein d'une organisation. Ils

permettent de faciliter la circulation rapide et efficace de l'information entre les membres de l'équipe, favorisant ainsi la collaboration et la coordination des efforts.

En utilisant des canaux de communication appropriés tels que les réunions régulières, les emails, les outils de messagerie instantanée et les plateformes de gestion de projet, les membres de l'équipe peuvent échanger des idées, partager des informations critiques et aligner leurs objectifs communs. Cette transparence et cette fluidité de communication contribuent à renforcer la confiance et à éviter les malentendus ou les erreurs potentielles.

De plus, les canaux de communication permettent également de diffuser les informations importantes de manière rapide et uniforme à l'ensemble de l'équipe. Cela favorise l'engagement des membres, les tient informés des décisions stratégiques, des objectifs et des résultats, ce qui renforce leur sentiment d'appartenance et leur motivation.

Partie III : Le Team Building

Le team building est un processus qui vise à renforcer la cohésion et la collaboration au sein d'une équipe. Il consiste en une série d'activités et d'initiatives conçues pour promouvoir la communication, la confiance mutuelle, la coopération et l'esprit d'équipe.

I. Objectifs

- ✓ Consolider la cohésion du groupe et booster l'esprit collaboratif,
- ✓ Renforcer la confiance et les relations interpersonnelles au sein de l'équipe,
- ✓ Favoriser une meilleure compréhension et une communication efficace,
- ✓ Encourager la coopération et la résolution de problèmes collectifs,
- ✓ Booster la découverte des talents individuels et augmenter la créativité et l'innovation,
- ✓ Accroître la motivation et la productivité de l'équipe.

II. Importance :

Le team building revêt une importance significative dans les environnements de travail modernes. En favorisant la cohésion d'équipe, il permet de renforcer les relations interpersonnelles et de développer une communication idoine. Les activités de team

building offrent aux membres de l'équipe l'occasion de mieux se connaître, de comprendre leurs forces et leurs faiblesses, et de travailler ensemble de manière harmonieuse. Cela favorise une résolution de problèmes collective et une prise de décision plus éclairée. Le team building contribue ainsi à une atmosphère de travail positive, à une augmentation de la performance et à des résultats collectifs plus efficaces.

III. Activités :

Les activités de team building peuvent inclure des jeux, des exercices de résolution de problèmes, des séminaires, des ateliers, Ces activités sont souvent conçues pour encourager les interactions positives, développer les compétences de communication, promouvoir la collaboration et stimuler la créativité.



IV. Planification

Le team building peut être réalisé par des professionnels du développement organisationnel ou des responsables d'équipe au sein de l'organisation. Il est considéré comme un investissement dans la performance à long terme de l'équipe en favorisant la motivation et en renforçant le sentiment d'appartenance à un groupe.

Pour le réussir il faut adopter la démarche suivante :

1. **Définir les objectifs** : Les organisateurs doivent définir les objectifs spécifiques du team building afin de renforcer la cohésion d'équipe, améliorer la communication, favoriser la résolution de problèmes, ou atteindre d'autres objectifs pertinents. Des objectifs clairs aideront à concevoir des activités appropriées.

2. **Évaluer les besoins de l'équipe** : Une évaluation des besoins de l'équipe est réalisée pour identifier les domaines nécessitant une attention particulière. Cela peut être réalisé par le biais d'enquêtes, d'entretiens individuels ou de réunions de groupe. Cette étape permet de cibler les problèmes spécifiques à aborder lors du team building.
3. **Concevoir les activités** : Les organisateurs conçoivent des activités adaptées aux objectifs et aux besoins identifiés. L'adaptation de ces activités à la taille de l'équipe, à la durée du team building et aux préférences des membres est essentielle.
4. **Planifier les détails logistiques** : Les détails logistiques tels que la date, le lieu et la durée du team building sont déterminés. L'organisation des équipements et des ressources nécessaires pour les activités prévues est assurée. Les arrangements concernant les repas, l'hébergement et le transport sont également pris en compte, le cas échéant.
5. **Communiquer et impliquer l'équipe** : Une communication claire et régulière est mise en place pour informer les membres de l'équipe à l'avance sur le team building, ses objectifs et son importance. Les organisateurs impliquent les membres en recueillant leurs idées et leurs attentes, ce qui favorise leur engagement et leur enthousiasme.
6. **Faciliter les activités** : Pendant le team building, les organisateurs expliquent clairement les règles et les objectifs de chaque activité. Un environnement sûr et inclusif est créé pour permettre aux membres de s'exprimer librement. Une participation active est encouragée, en veillant à ce que chaque membre ait l'opportunité de contribuer.
7. **Débriefing et suivi** : Après les activités, du temps est consacré à un débriefing. Les membres sont invités à partager leurs réflexions, leurs apprentissages et leurs idées pour l'avenir. Des actions concrètes sont identifiées pour maintenir les résultats du team building. Un suivi régulier est effectué pour évaluer l'évolution de l'équipe et fournir un soutien continu si nécessaire.

En conclusion, le team building représente bien plus qu'une simple activité de groupe. C'est un processus planifié et stratégique visant à améliorer la dynamique de l'équipe, renforcer les liens entre les membres et favoriser une collaboration harmonieuse. En investissant dans des activités de team building, les organisations reconnaissent l'importance de cultiver un environnement de travail positif et stimulant. En renforçant la cohésion d'équipe, le team building permet de dépasser les barrières individuelles, de développer des compétences de communication efficaces et de promouvoir une culture de confiance et de respect mutuel. En fin de compte, un team building réussi se traduit par une équipe plus performante, une meilleure productivité et une satisfaction accrue au sein de l'organisation.