**Techniques de communication écrite en entreprise**

**La communication professionnelle** est une série d’informations visant à entrer en contact avec le public. Il s’agit de véhiculer un message destiné à convaincre ou à sensibiliser l’interlocuteur sur un sujet donné. Au sein d’une entreprise, communiquer revient mettre en œuvre des stratégies efficaces pour promouvoir un produit ou une marque.

C’est aussi être capable de travailler en équipe et de savoir gérer les conflits entre les employés. Par conséquent, il convient de souligner que la communication professionnelle est un élément important pour toute société. Elle peut être de nature orale, interne ou externe.

**Communication Efficace**

* Développer le sentiment d’appartenance,
* Assurer la cohésion des équipes,
* Clarifier le message,
* Respecter les engagements de l’entreprise,
* Favoriser la transparence,
* Eviter et/ou gérer efficacement les conflits professionnels,
* Déterminer des objectifs clairs,
* Faire face à la demande clients,
* Développer l’image de marque de l’entreprise,
* Etre concurrentiel,
* Répondre aux exigences du marché,
* …

**La Communication organisationnelle** c’est toutes les formes de communication, de message utilisés pour transmettre et échanger avec un public cible impliqué dans un environnement professionnel: personnels, clients, fournisseurs, Etats, banque…

La communication a pour objectifs de favoriser l’organisation de son environnement au sein de l’entreprise et de faciliter le développement de son image de marque sur le marché.

**La communication opérationnelle** regroupe l'ensemble des outils, moyens et méthodes de communication qui permettent de faire parvenir un message de l'entreprise à ses cibles internes et externes. La communication opérationnelle détermine les supports de communication, le dispositif/calendrier et le budget par postes de la campagne. Les principaux moyens de communication sont : la publicité média, les relations publiques/les relations presse/l'événementiel, la communication directe et la promotion des ventes.

**La communication stratégique**, qui, après la phase d'analyse, définit la problématique, le positionnement, les objectifs, les cibles et pose les bases générales de la stratégie de moyens et de la stratégie créative.

**La communication motivationnelle** est une approche qui vise à **encourager** et à **motiver** le personnel de l’entreprise à adopter de nouveaux comportements et à renforcer le sentiment d’appartenance et d’engagement. La communication motivationnelle, ainsi est centrée sur la personne/l’équipe afin de développer la cohérence face aux objectifs et aux responsabilités assumés en entreprise et la cohésion des équipes.

**Responsabilité Sociale des Entreprises** également appelée Responsabilité Sociétale des Entreprises, c’est la mise en **pratique du** **développement durable à l’échelle de l’entreprise**. Elle consiste, pour ces dernières, à faire des efforts pour la **protection de** l’environnement et à prendre des initiatives dans le domaine social et économique. Mais derrière ces objectifs, un éventail d’actions et de valeurs sont adaptés en fonction des besoins et des moyens de chaque entreprise.