

Sami BENDRISS, Léa KACEMI, Imen TAMOUNEIT, Yasmine LERANDY

ShopNow

Stratégie de *communication interne*

2 décembre 2024

Sommaire

- 1 Introduction
- 2 Objectifs
- 3 Publics cibles
- 4 Message clé
- 5 Budget / Ressources
- 6 Stratégie
- 7 Actions et outils de communication
- 8 Calendrier
- 9 Feedback





Introduction

Incompréhension et une déconnexion

**Les managers estiment aussi ne pas
avoir assez d'outils pour
communiquer**

**Un message clé clair, cohérent et
impactant**

Problématique

Comment susciter de l'engagement auprès des salariés de l'entreprise ShopNow, afin de stimuler leur productivité et d'éviter un taux croissant de turn over dans la société ?



Objectifs

1

**Valoriser l'humain,
la réciprocité et la
transparence**

2

**Renforcer la
cohésion**

3

**Développer le
sentiment
d'appartenance des
salariés**



Publics *cibles*

Employés



Managers



Direction



Message *clé*

Travaillons main dans la main pour donner le meilleur de nous même, développons ensemble l'entreprise, chacune de vos idées permettra d'atteindre notre objectif commun : faire de Shop'Now la société numéro une en e-commerce !



Budget / Ressources

Humaines



Financières



Techniques



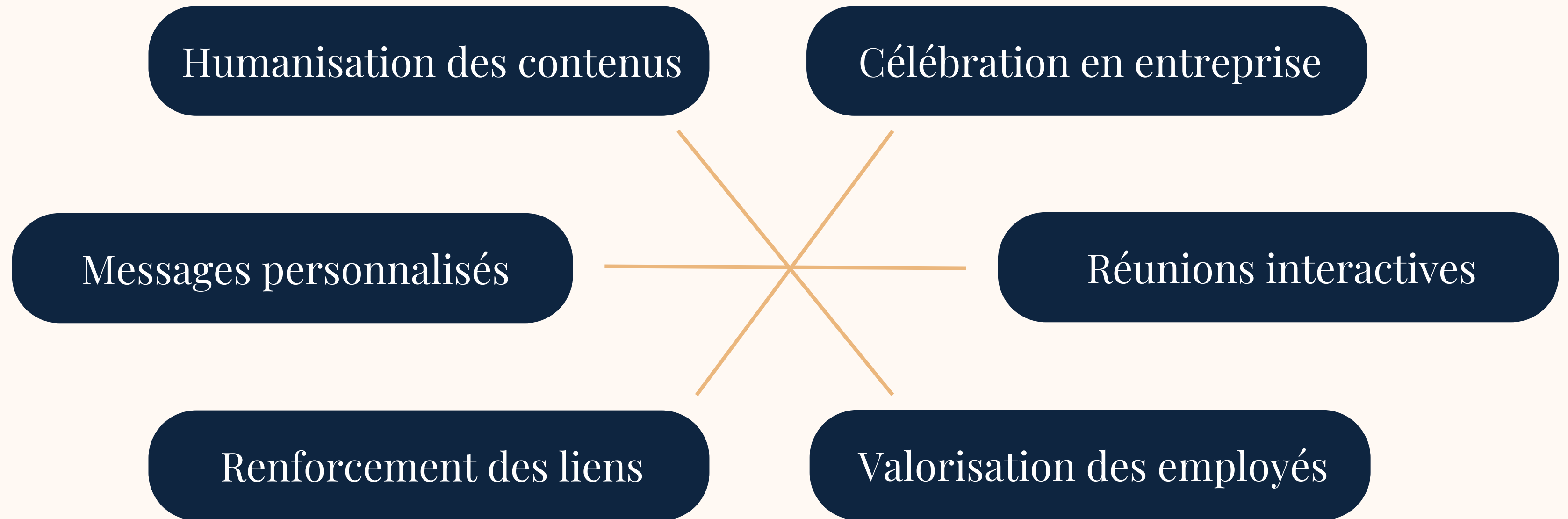


STRATÉGIE

Définir des objectifs clairs

Travailler de manière plus assidue sur
la communication bidirectionnelle

Action et outils de communication



Calendrier

Étapes clés	Actions spécifiques	Délai	Responsable
Diagnostic	Reprendre les informations du sondage et analyser	Mois 1	Service RH/Comm
Formation des managers	Ateliers sur la communication transparente et motivationnelle	Mois 2 à 4	RH/Consultant externe
Lancement d'un programme de reconnaissance	Définir les critères et les récompenses (exemple : employé du mois, portraits des salariés sur le site de l'entreprise)	Mois 3	RH/Managers
Organisation d'événements conviviaux	Tournoi sportif et événements internes	Mois 2	RH/Événementiel

Feedbacks

1

Recueil

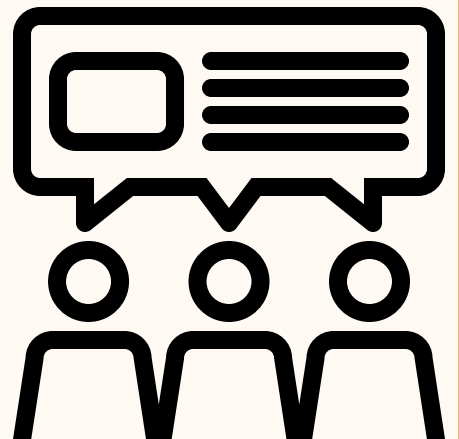
Sondages trimestriels
Entretiens individuels
Indicateurs numériques



2

Analyse

Quantitative
Qualitative



MERCI POUR
VOTRE *ÉCOUTE*