La communication d’Entreprise

1. Distinction entre information et communication

Information = Transmission d’informations pour rendre plus transparente l’entreprise.

Communication = Créer un sentiment d’appartenance -> relier les différentes personnes qui travaillent dans l’entreprise.

1. Diversité des publics et donc méthodes et outils différents

Stratégie adaptée en fonction de la position hiérarchique

1. Communication internet et externe (les deux sont liées)

Interne = Les employés

Externe = Les clients, le public

* Communication produit (pour le consommateur)
* Communication de marque (pour le consommateur)
* Communication institutionnelle (porte sur l’image de l’entreprise, valeurs…registre du citoyen)
* Communication interne (employés et par extension les partenaires, les fonds d’investissements…)

Histoire : La communication interne apparaît assez tard et se développe suite aux conflits sociaux aux USA au début du 20 siècle qui entrainent une répercussion sur l’image et les ventes des entreprises.

* **La communication informelle**

Elle se développe lorsque la communication d’entreprise n’est pas claire et qu’il y a un déficit de communication interne. Les gens parlent et font passer des rumeurs, des idées, des ragots.

Cette communication n’est pas maîtrisée par l’entreprise. ½ des manageurs en France affirmait apprendre les informations importantes par la rumeur.

* On ne sait pas qui est la source de l’information et elle circule très vite de personne en personne
* Peut affaiblir l’entreprise de l’intérieur

Pour lutter contre cette communication informelle l’entreprise doit mettre en place une stratégie de communication.

* **Concepts clés de la communication d’entreprise**

Intrapersonnelle :

* Créer du lien social, une image de l’Entreprise cohérente pour tout le monde.
* Tout le monde participe à la production de l’entreprise donc…
* … tous les groupes dans l’entreprise peuvent négocier avec leurs références propres.

Managériale (direction) :

* Action => Manageur à des consignes à donner et il faut que ces informations soient bien comprissent et bien transmissent
* Retour d’information à gérer : comment décisions du manageur sont perçues par les employés, ce qu’ils en pensent…

Médiatique :

* Effets produit auprès du public
* Comment créer une image pour l’entreprise etc.
* **Les 3 missions de la communication interne**
* Informer
* Aider à la prise de décisions
* Favoriser le dialogue social à l’intérieur de l’entreprise

Plus généralement transmettre l’information à tous.

* **Communication descendante (= communication hiérarchique)**
* Informer et expliquer le projet de l’entreprise
* Informations comme par exemple le règlement intérieur
* Moyens : Journal interne, lettre interne, panneau d’affichage
* Permet à chaque niveau hiérarchique de diffuser l’information (Plus la gestion décentralisée plus ce type de communication est importante)
* **Communication ascendante (= communication salariale)**
* Permet à chacun de s’exprimer
* Moyens : sondages, boites à idées, tribunes libres dans un journal d’entreprise, réunion d’expression.
* **Communication horizontale (= entre les différents niveaux)**
* Construit un lien social entre les unités
* Ne passe pas par les managers, pas de validation obligatoire
* Danger : communication non maîtrisée
* Échanges informels (cafétéria, espace fumeur), forum sur internet, réunions…

Avant et après le projet de communication : préparation des messages et vérification des impacts de communication.

* **Communication externe**
* Facilite la relation avec les environnements de l’entreprise (partenaires, consommateurs, institutions)
* Moyens : mécénat, événements sportifs, inauguration d’un bâtiment
* Travail sur l’image de l’entreprise qui va permettre de se démarquer de al concurrence => se faire connaître, se faire apprécier
* Outils : communication orale (téléphone), courriels, pubs internet…TV, radio, presse destinée au grand public ainsi que les affiches et les dépliants.
* Il faut établir pour cette communication une charte graphique.

Journal d’entreprise

1ère étape : définition générale

* Quel public ?
* Quel est son but, les objectifs du journal ? A quoi doit-il servir ?
* Qui fait le journal ? (Salariés, direction…)

2ème étape : Election et création d’un groupe rédactionnel

* Proposition d’articles et de rubriques

3ème étape : De quoi le journal est composé ? Qu’est-ce qu’on va avoir dedans ?

4ème étape :

* Pagination, présentation, nombre de page
* Maquette : couleurs, espaces, interlignes, rubriques
* Ne pas oublier : justifier des deux côtés.
* Photos + schéma et tableaux
* Chartre graphique (présentation pareil sur toutes les pages du journal…) globale essentiel pour ne pas dérouter