**Cours N°03 la communication dans l'entreprise**

**chapitre2-La communication Interne**

1. **Définition de la communication interne**

La Communication Interne est un genre de communication à destination du personnel d’une entreprise elle favorise l’obtention d’un équilibre informationnel et relationnel. Elle s’intéresse à la stratégie, à la productivité, à la gestion des ressources humaines (GRH) et aux moyens de fonctionnement.  Par son accompagnement du management, La Communication Interne relie les collaborateurs avec des outils (intranet…). Par sa création d’une cohésion interne elle rassemble le personnel. La Communication Interne explique et fait connaître le **plan stratégique de l’entreprise**, par la transmission de toutes les informations nécessaires à l’accomplissement de ce plan stratégique.

**Son but :**

Construire un **dispositif stratégique global** pour développer un sentiment de cohésion et d’appartenance autour de l’entreprise.

**Remarque :**

La communication interne peut être un moteur de motivation, d’encouragement des salariés afin d’obtenir une cohésion sociale et créer une culture d’entreprise forte. Plus l’entreprise possède un grand nombre de salariés, à des niveaux hiérarchiques variés et dispersés dans différents lieux géographiques, plus sa stratégie de communication interne devient plus complexe.

1. **Les enjeux de la communication interne :**

La Communication Interne s’appuie sur trois piliers,

 **2.1. Informer :**

 L’équipe chargée de la communication interne a pour mission d’élaborer un plan de communication et développer différents moyens et supports afin d’apporter ce même niveau d’information à tous.

**2.2. Un message cohérent:**

L’information doit être maitrisée par l’équipe chargée de la communication interne pour qu’elle puisse par la suite être comprise par tous. Le message doit être cohérent avant sa diffusion.

**2.3. Donner du sens**

Développer une réelle logique de communication qui se rapproche au plus près de la stratégie globale de l’entreprise et trouver des moyens et supports qui vont être perçus de la meilleure manière possible par les salariés.

Les enjeux de la communication interne peuvent être classés comme suit :

|  |  |
| --- | --- |
| **L’enjeu** | **L’action** |
| **Les enjeux sociaux,** | consistent à mobiliser, à implique et à former les employés. |
| **Les enjeux commerciaux,** | consistent à informer, à intégrer et à décloisonner les services. |
| **Les enjeux technologiques,** | consistent à valoriser les compétences et à insérer les nouvelles technologies. |
| **Les enjeux environnementaux**, | consistent à informer et à interconnecter les employés. |

1. **Les actions de la communication interne :**
* L’écoute des besoins et des attentes des salariés.
* La production d’informations cohérentes avec la stratégie de l’entreprise et adaptées à la cible.
* La diffusion de l’information se fait à travers des canaux adaptés et par des moyens réalisables.
* Utiliser l’animation par des informations dynamiques et intéressantes.
* Conseiller sur des questions en lien avec les informations produites et sur les supports.
* La planification anticipée dans le temps et dans l’espace (suivant les objectifs à court, moyen, ou à long terme).
1. **Initiatives pour développer la cohésion d'équipe :**
* **Concevoir une histoire commune :** façonner des souvenirs communs, apprendre à connaître les autres, favoriser les échanges, se repérer des centres d’intérêts communs…
* **Concevoir une image commune** (une intention, un même but) : quand les objectifs des membres d’une équipe sont différents, il est possible qu’ils ne s’entendent ce qui perturbera la cohésion d’équipe. Chacun peut avoir un intérêt individuel mais il faut qu’il y ait une vision commune plus forte.
* **Soutenir les interactions** pour développer la cohésion d’équipe il faut favoriser la convivialité sociale en faciliter les relations entre les personnes. Ceci est possible par l’organiser des événements de groupe hors du temps de travail, moments de partage informels, programmation d’ateliers team building ou de sorties restaurant.
* **Définir des valeurs communes :** la présence de valeurs communes soude un groupe, ces valeurs servent de règle et de point de repère. En cas d’incertitude, ils peuvent se revenir à ces valeurs pour regagner de la cohésion et de la cohérence.
* **Avoir un leader exemplaire :** comme exemple il évaluera le niveau de cohésion d’équipe et devra le renforcer et le développer.
1. **Les types de la communication interne :**

Nous pouvons citer trois types de communication interne,

 **5.1. La communication descendante ou « hiérarchique »**

C’est l’information la plus fréquemment mise en œuvre et la plus couramment adoptée. Elle s’adresse à l'ensemble des salariés. Les messages partent d’un niveau haut de la pyramide hiérarchique vers des échelons inferieures tels les employés et les ouvriers. C'est la communication dite du « haut vers le bas » de l’organigramme d’une entreprise.

**Son but :**

Diffuser les informations réglementaires (règlement intérieur, conventions collectives, mesures de sécurité...), résoudre les conflits internes, informer et expliquer un projet à l'ensemble du personnel.

**Les supports :**

 Les supports utilisés dans ce type de communication sont : Le journal interne ou la lettre interne, les réunions, les notes de service, les panneaux d'affichage, le serveur Internet, le mail ou le fax, la brochure institutionnelle, les bulletins d'information, les lettres, notes et circulaires, les journées portes ouvertes…

**5.2. Communication ascendante ou « salariale » :**

Sous cette communication le message inverse son parcours, autrement dit, il démarre du plus bas vers le plus haut, de la base vers la hiérarchie supérieure. Elle part des salariés pour remonter vers la direction. C'est la communication dite du «bas vers le haut».

Tardivement admise, difficilement maitrisée, Elle est provoquée et organisée par les syndicats ou toute autre comité, comme elle peut être spontanée. Ce type de communication est appréhendé par les chefs d’entreprise qui lui sont parfois susceptible.

**Son but :**

Elle est l’outil d’examinassions et de repérage d'incertaines anomalies en matière de communication interne dans l'entreprise et fait remonter par la suite à la direction les protestations et les aspirations des salariés, à travers un dialogue et une écoute active.

**Les supports :**

Les supports utilisés dans ce type de communication sont : les tracts, les prospectus, le dialogue, la boîte à idée, le journal syndical, l'affichage, les lettres ouvertes, les débats, les réunions d'expression, les enquêtes et sondages, les groupes de concertation, Les cercles de qualité…

**5.3. La communication horizontale ou « transversale » :**

Elle favorise l’inter-échange de l’information entre les différents représentants d’un même niveau hiérarchique, services ou départements de l’entreprise. C’est un échange d’égal à égal éliminant la hiérarchie entre les différents acteurs.

**Son but :**

Intégrer la prise de décision et l'action de partage de connaissance entres les différents acteurs d’une entreprise.

**Les supports :**

 Les supports utilisés dans ce type de communication sont : L’intranet ou le journal de l’entreprise, réunions imprévues ou même d’occasions festives.

1. **Les objectifs de la communication interne :**

Chaque type de communication englobe des objectifs spécifiques ou communs. Nous énumérons ce qui suit :

**6.1. Les objectifs de l’ordre de la communication descendante:**

* Diffuser les valeurs fondamentales de l’entreprise.
* Conforter chaque salarié dans son rôle au sein de l’entreprise.
* Faire partager une vision commune (règles) et jouer le rôle de lien fédérateur.
* Faire adhérer, accepter et soutenir au projet collectif de l’entreprise.
* Rassurer sur la continuité de l’entreprise (son avenir).

**6.2. Les objectifs de l’ordre de la communication ascendante**

* Faciliter la connaissance du terrain par le bon management (optimal).
* Comprendre le climat social.
* Etre à l’écoute des suggestions d’amélioration, car souvent les meilleurs idées viennent du terrain.
* Etre au courant du marché, de la concurrence.
* Transmettre ses compétences, son savoir-faire.
* Assurer le renouvellement d’un salarié qui quitte l’entreprise.

**6.3. Les objectifs de l’ordre de la communication transversale :**

* Faciliter le partage d’expériences.
* Inciter à l’interaction au quotidien entre salariés, services, hiérarchie…
1. **Les moyens de la communication interne :**

Les moyens de la communication interne sont multiples et varies de l’aspect humain à l’aspect technique. Nous essayerons de maitre l’accent sur les plus fréquents,

**7.1. Gérer ses ressources humaines :**

Soit d’écouter, de considérer et de saisir, de guider ses subordonnés. Il ne s’agit donc pas simplement de gestion administrative, mais aussi et surtout de gestion humaine. Elle se manifeste par l’intérêt à la carrière des employés, la favorisation de leur motivation et leur aide à la conciliation de leur vie personnelle/vie professionnelle.

**7.2. Reconnaitre le rôle et la place de chacun dans l’entreprise :**

 Le rôle du la Direction des Ressources Humaines « DRH » et des membres de direction, est de reconnaitre l’autre et les autres collaborateurs : saluer chaque personne rencontrée dans le couloir, lui sourire…voire lui demander des nouvelles. Simple, mais c’est déjà un élément de cohésion.

* 1. **Les moyens techniques :**

Il existe des variétés de moyens techniques de la communication interne néant moins nous les avons classés sous deux formes, la communication inerte et la communication interactive.

 **7.3.1. Les moyens utilisant un support (la communication inerte) :**

* **Journal bimensuel ou trimestriel** destiné aux clients et utilisé également en interne pour faire passer de l’information technique.
* **Les mails d’information** sur un nouveau produit, ou annonçant l’arrivée d’un nouveau salarié etc.
* **Les boites à idées ;** où chacun peut anonymement ou pas exprimer et faire remonter des propositions, des souhaits, informations ou solutions techniques. Elles n’auront d’efficacité que si elles sont régulièrement relevées, que les propositions seront lues et débattues, avec application de certaines d’entre elles, et explications pour d’autres
* **Les tableaux d’affichage** destinés à tous, pour une information simple et récurrente, Il convient aux informations ponctuelles et simples sur l’aspect professionnel ou extra professionnel.
* **Cahier de consignes** recommandations (conseils).
* **Le film d'information,** Il est aussi appelé film institutionnel. C’est un court-métrage présentant les activités de l’entreprise, une partie d’entre elles ou un problème précis
* **Le compte rendu de réunion** : C’est un procès-verbal du comité d’entreprise ou de la réunion des délégués du personnel ou un compte rendu d’une réunion de travail
* **La note de service** : Elle fixe les règles de fonctionnement interne, trace les directives, informe sur les modifications juridiques, commerciales ou techniques. Elle permet aussi à un responsable hiérarchique de diffuser une information ponctuelle concernant l’entreprise et/ou ses travailleurs.

**7.3.2. Les moyens liés à la collectivité et à l’entreprise (la communication interactive) :**

* Les représentants du personnel (délégués/syndicats)
* Des réunions hebdomadaires, mensuelles qui permettent le partage d’information et à de la communication sur l’entreprise (les informations qui peuvent être communiquées).

Selon le type d’informations qui doit être communiquée, les moyens à utiliser seront différents. Ainsi, **l’information obligatoire** doit être diffusée et prononcée. Elle sera retenue grâce à des documents, supports…vus fréquemment.

Quant à **l’information spontanée,** officieuse, qui émerge d’un coup de bouche à oreille, elle sera plus valorisée dans la communication interactive.

1. **Le temps de la communication interne**

 **8.1. Le quotidien :**

Réunions-Départs/arrivés-Communication des résultats-Team building (regroupe tout ce qui rassemble de l’équipe comme les dîners d’entreprise)-Gestion des absences -Problèmes de harcèlement-Signature de contrat-Arrivée du courrier-Pauses café-Evaluations et promotions Formations – Congrès.

**8.2. L’évènement :**

Journée d’entreprise (anniversaire de création) -Changement de management-Fusion-Lancement d’un nouveau produit- Introduction en Bourse-Visite ministérielle –Anniversaire de création-Evènement externe-Ouverture d’une nouvelle chaîne de production (annexe/filiale).

**8.3. La crise :**

Rappel de production (défaillance)-Grève-Restructuration-Accident du travail-Crise boursière-Faillite –Espionnage-Epidémie-Procès.

1. **Références bibliographiques**

La communication externe des entreprises, [Thierry Libaert](https://www.eyrolles.com/Accueil/Auteur/thierry-libaert-5374/), [Marie-Hélène Westphalen](https://www.eyrolles.com/Accueil/Auteur/marie-helene-westphalen-126729/) - [Collection Les Topos](https://www.eyrolles.com/Entreprise/Collection/637/les-topos/)-5e éd- 2018.

Communication des entreprises et des organisations, Pschosociologie. [Bernard Dobiecki](https://www.eyrolles.com/Accueil/Auteur/bernard-dobiecki-13690/)- [Ellipses](https://www.eyrolles.com/Accueil/Editeur/64/ellipses/)-1996.

**Sites internet :**

<https://www.marketing-etudiant.fr/cours/c/cours-de-communication-entreprise.php>

<https://www.cours-gratuit.com/cours-management/cours-management-communication-en-entreprise>

<https://agenceho5.com/les-secrets-du-marketing-heureux/communiquer-cest-federer/>