

Chapitre 3 : Communication interne et externe

La communication interne et externe sont deux types de communication que l'on retrouve dans le monde du travail.

1. Communication interne

La communication interne fait référence à toutes les interactions qui se déroulent exclusivement au sein d'une organisation. La communication interne englobe, par exemple, les échanges entre les membres d'une équipe, les différents services, la direction et le personnel.

1.1. Les objectifs de la communication interne

Les principaux objectifs de la communication interne peuvent être résumés comme suit :

- ✓ Connexion d'informations et motivation
- ✓ Compréhension mutuelle et coopération
- ✓ Façonner les positions de travail souhaitées
- ✓ Rétroaction efficace pour une évaluation continue

1.2. Type de communication interne

La communication interne peut être :

- ✓ Communication descendante : Ce type de communication désigne un processus dans lequel l'information est transmise des niveaux hiérarchiques supérieurs vers les niveaux inférieurs. Elle englobe la diffusion de politiques, de règles, de procédures et d'autres directives organisationnelles.
- ✓ Communication ascendante : Il s'agit d'un flux de rapports de performance, de réclamations et d'autres informations des niveaux inférieurs vers les niveaux supérieurs.
- ✓ La communication horizontale : Elle est essentiellement coordonnée et se déroule entre des départements ou des divisions de même niveau.

1.3. Outils de communication interne

- ✓ **Communication en face à face** : La communication en face à face, en tête-à-tête, est souvent négligée, mais elle reste la forme de communication la plus appréciée par les employés de tous les secteurs. Les techniques en face à face comprennent les entretiens, les réunions et les vidéoconférences. Les techniques impersonnelles comprennent les mémos, les messages vocaux, les messages SMS, les vidéos et la radio.

- ✓ **E-mail** : Les développements technologiques ont fait de l'e-mail un élément indispensable de la vie quotidienne des employés.
- ✓ **Médias papier** : Les bulletins d'information sont un support idéal pour partager des informations avec un public plus large sur une base régulière et programmée. Les éléments peuvent inclure des actualités, des événements et des projets importants.
- ✓ **Plateformes numériques** : Les entreprises et les dirigeants d'organisations utilisent de plus en plus les plateformes numériques, comme l'internet, les blogs, les tableaux d'affichage, la messagerie instantanée et les sites de réseaux sociaux, afin de mobiliser leurs employés. Malgré leurs limitations dans la transmission d'informations sociales par rapport à la communication en personne, les nouveaux canaux médiatiques avec leurs fonctionnalités avancées (comme les webcams, les vidéos ou les audios intégrés, les commentaires et les chats en ligne) rendent la diffusion d'informations complexes plus facile.
- ✓ **Appels téléphoniques** : L'un des moyens de communication les plus cruciaux au sein d'une entreprise est le téléphone. La communication téléphonique est considérée comme un moyen de communication interne et externe populaire.

2. Communication externe

La communication externe désigne une communication qui se déroule au moins en partie à l'extérieur d'une entreprise. La communication externe englobe, par exemple, les échanges avec les sponsors, les consultants externes, les sous-traitants, la presse et les médias.

2.1. Les objectifs de la communication externe

- ✓ Faire connaître l'organisation (la faire connaître).
- ✓ Améliorer l'image de l'organisation.
- ✓ Inciter les gens à agir (les amener à agir).

2.2. Type de communication externe

Il existe plusieurs types de communication externe, selon le public visé et le message que l'entreprise souhaite véhiculer.

- ✓ **Communication de crise** : La communication de crise est une discipline multidisciplinaire qui examine différentes méthodes utilisées par les organisations pour communiquer avant, pendant et après les crises, dans le but de revenir à un niveau de fonctionnement normal.

✓ **Communication financière** : Cette forme de communication vise à créer et à maintenir des liens de confiance mutuelle entre l'organisation et ses actionnaires (présents et futurs) et les différents acteurs de la communauté financière (banquiers, gestionnaires financiers, investisseurs institutionnels, leaders d'opinion, journalistes, etc.).

✓ **Communication commerciale** : La plupart des communications commerciales sont destinées aux consommateurs, mais elles peuvent également s'adresser à des influenceurs ou à des distributeurs. La communication commerciale est généralement divisée en communication médiatique (communication publicitaire) et communication hors média, promotion des ventes, relations publiques, parrainage, mécénat et marketing direct, etc.

✓ **Communication institutionnelle** : Communication qui combine la communication administrative interne et la connexion de l'institution avec la communauté externe et qui est régie par les circonstances et les opportunités disponibles autour de l'institution, afin d'atteindre les objectifs de l'institution et les buts souhaités.

2.3.Outils de communication externe

✓ **La télévision** : C'est un outil de communication de masse, l'un des médias les plus complets, c'est sans doute le média le plus puissant, il entre dans le foyer du prospect, l'impact que son message transmis seconde par seconde pourrait avoir. Son objectif principal est d'atteindre la population de manière massive et simultanée.

✓ **La radio** : c'est un média de masse qui a évolué au fil du temps pour devenir un média plus personnel. Cette évolution est le résultat, d'une part, du développement spectaculaire des chaînes de télévision et de radio et, d'autre part, d'un média comportemental qui permet d'augmenter la forte pression publicitaire en peu de temps.

✓ **Le cinéma** : Ce moyen de communication est un grand média important. C'est une forme d'art qui s'expose au public, et en tant que média exclusif, il continue de prendre de l'importance, mais il peut rendre de grands services en tant que média complémentaire.

✓ **Internet** : c'est un ensemble de réseaux interconnectés utilisant une suite de protocoles appelés Protocole de Transmission pour échanger des informations dans le monde entier.

✓ **Publicité** : regroupe l'ensemble des techniques et moyens utilisés pour faire connaître et/ou promouvoir un bien, un service, une personne, une entreprise, une cause, etc. Cette information (destinée) est exprimée dans l'espace publicitaire, contrairement à d'autres techniques de communication dites hors média (ex : relations presse), qui n'impliquent pas d'achat d'espace.