Guide pour les entreprises

« Communiquer clairement au sein de votre organisation »

FDS WBF

Fonds de Soutenabilité Titres-Services
Werkbaarheidsfonds Dienstencheques

Table des matières

I. Introduction 3
II. Comment communiquer au sein de votre organisation ? 3
Étape 1 : Définissez votre objectif 3
Étape 2 : Connaissez votre public cible 3
Étape 3 : Définissez votre message 3
Étape 4 : Choisissez vos canaux et votre approche 3
III. Les types de communication 4
a. La communication formelle 4
b. La communication informelle 4
c. La communication interne 4
d. La communication externe 5

I. Introduction

La communication au sein de votre organisation est la façon dont vous partagez les informations, les idées et les accords. Lors de changements ou de nouveaux projets, il est important que chacun sache ce qui se passe, pourquoi et ce que cela signifie pour lui. Une communication claire aide à mobiliser les personnes et à maintenir leur implication.

En prenant le temps de réfléchir à quelques questions essentielles, vous adapterez mieux votre communication à vos objectifs, à votre public cible et au contexte particulier.

II. Comment communiquer au sein de votre organisation ?

Il n'existe pas de méthode universelle, car chaque organisation possède sa propre culture de communication. Certains principes utiles peuvent toutefois vous aider à transmettre votre message de manière plus claire et plus efficace.

Étape 1 : Définissez votre objectif

Communiquer commence toujours par un objectif clair. Réfléchissez d'abord à ce que vous souhaitez précisément obtenir : informer les collaborateurs, annoncer un changement, susciter leur participation ? Plus votre objectif est concret, plus votre communication sera ciblée et efficace.

Étape 2 : Connaissez votre public cible

Une fois votre objectif défini, déterminez à qui vous souhaitez vous adresser. Tout le monde n'a pas besoin des mêmes informations ni ne réagit de la même manière. Il est donc important d'adapter au mieux votre communication aux personnes auxquelles elle est destinée.

Il existe différentes façons de dialoguer avec les collaborateurs.

L'approche la plus appropriée dépend :

- Du nombre de collaborateurs.
- Du degré de participation que vous souhaitez leur accorder.
- Du type d'informations que vous souhaitez partager (accords, annonces, idées, retours, etc.).
- De la culture de votre organisation (formelle ou informelle).
- De l'objectif de la concertation (informer, motiver, conclure des accords, etc.).

Étape 3 : Définissez votre message

Maintenant que vous savez ce que vous voulez obtenir et à qui vous voulez vous adresser, vous pouvez formuler votre message. C'est le cœur de votre communication : **que doivent retenir les personnes concernées ?**

Un bon message est clair et simple. Évitez les explications longues ou complexes. Les personnes retiennent surtout un message compréhensible, parlant et pertinent pour elles.

Étape 4 : Choisissez vos canaux et votre approche

Vous pouvez à présent décider comment transmettre votre message. Le choix du bon canal est important : un même message peut être reçu très différemment selon la manière dont vous communiquez ainsi que le canal utilisé.

Choisissez donc une approche adaptée à votre public cible et à votre objectif. **Une combinaison de plusieurs canaux est souvent la solution la plus efficace.**

III. Les types de communication

Au sein de votre organisation, vous communiquez de différentes manières. Parfois, vous planifiez les échanges ; parfois, une conversation se produit spontanément. Ces deux formes sont importantes.

a. La communication formelle

La communication formelle est organisée et préparée de façon délibérée. Il peut s'agir, par exemple, d'une lettre d'information, d'une campagne, d'une réunion du personnel ou d'un moment de concertation prévu. Vous décidez à l'avance ce que vous voulez dire, à qui et de quelle manière.

b. La communication informelle

La communication informelle naît souvent spontanément dans les contacts quotidiens. Une brève discussion à la machine à café, un SMS, un message dans une conversation de groupe ou une activité d'équipe en sont des exemples. Ces moments comptent aussi : ils permettent aux personnes de se rencontrer, d'échanger des informations et de rester impliquées.

c. La communication interne

La communication interne s'adresse aux personnes de votre organisation. Son objectif peut varier : informer, convenir d'accords, discuter des résultats, assurer un suivi, motiver ou créer des liens entre les personnes.

Selon l'objectif, plusieurs approches sont possibles.

Objectifs	Canaux et approche
Informer et communiquer	▪ Lettre d'information, dépliant, panneau d'affichage, intranet ▪ Réunion (mensuelle) du personnel
Convenir d'accords de travail concrets	▪ Brefs échanges avant le début du travail ▪ Moments de concertation à heures fixes
Discuter des résultats et assurer le suivi	▪ Réunions d'équipe ▪ Entretiens individuels ▪ Entretiens d'évaluation

Objectifs	Canaux et approche
Motiver et créer du lien	▪ Rencontres informelles ▪ Activités telles qu'un team building, une sortie d'équipe ou une fête du personnel

Pensez aussi aux personnes qui ont moins facilement accès aux outils numériques. Prévoyez donc d'autres canaux de communication, tels que :

- Une personne de contact (par exemple, un responsable de bureau).
- Une brochure ou un dépliant.
- Une newsletter.
- Une affiche.
- Etc.

d. La communication externe

La communication externe s'adresse aux personnes extérieures à l'organisation, notamment aux clients. Ici aussi, il est important de communiquer clairement et de manière accessible.

Pensez, par exemple, aux campagnes destinées aux clients (comme www.unjobquiditmerci.be), aux newsletters, aux courriels ou à d'autres canaux.

Une première visite chez un client (voir la fiche « *Première visite à domicile* ») n'est pas un canal de communication en soi, mais elle constitue un moment important pour échanger avec lui. C'est l'occasion de l'écouter, de partager des informations et de déterminer ensemble ce qui est nécessaire.

Des questions, des remarques ou des suggestions ? N'hésitez pas à contacter votre account manager de Form TS.