



**La communication
interne n'est pas du
marketing interne !**



agilis

Imagine the future.
Make it happen.
Create value.

La communication interne: ce qu'elle n'est pas!

Avant de nous plonger dans les secrets d'une communication interne bien conçue, il nous a semblé important de souligner ce qu'elle n'est pas:

- Elle n'est pas du marketing interne
- Elle n'est pas de la propagande
- Elle n'est pas un échange à sens unique
- Elle n'est pas une excuse pour contrôler ce que les employé-e-s disent, écrivent ou partagent

Mais qu'est-ce que la communication interne donc?

La communication interne a pour but de **partager des informations précieuses tant au niveau cognitif qu'affectif**. C'est l'art d'exprimer les règles que les individus doivent comprendre et suivre, de **partager et de célébrer les accomplissements**, et de **soutenir les transformations majeures** - tout cela en permettant aux employé-e-s de s'exprimer et de faire part de leurs opinions et besoins. En fin de compte, la communication interne vise à **donner quelque chose en quoi croire**.

Pour y parvenir de manière efficace, elle doit se focaliser essentiellement sur la **diffusion d'informations, aider les personnes à mieux comprendre les messages partagés et promouvoir la communauté**. Le fait de prendre en compte de manière **authentique et significative**, le point de vue des employé-e-s, augmente la **motivation** générale des personnes. De plus, en cas de changement majeur, cela a pour effet de **rassembler les personnes derrière une cause** et **facilite ainsi la mise en œuvre du changement**, car il est promu et défendu par toutes et tous.

D'un point de vue historique, les entreprises devraient abandonner l'approche "raconter et vendre" (longtemps considérée comme la meilleure pratique) et adopter une **approche "engager et consulter"**.

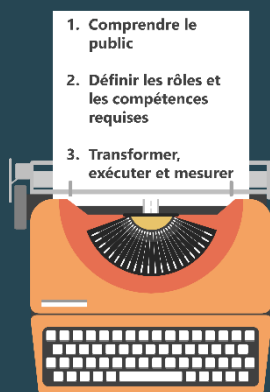
Les bienfaits d'une communication interne efficace

Une communication interne efficace et efficiente a un effet tangible et positif sur les éléments suivants:



En plus des impacts mentionnés ci-dessus d'une communication interne bien construite et réfléchie, nous pouvons également ajouter qu'elle **renforce l'identité de l'organisation, son but, ainsi que la culture et les valeurs de l'entreprise**.

Pour construire ou renforcer la communication interne existante (ses messages, son ton, ses processus, etc.), **trois grandes étapes doivent être suivies**.



Tout d'abord, il est crucial de **comprendre le public, sa diversité et les archétypes de collaborateur-riche-s** (comparables aux personas définis dans l'expérience client par exemple). Cela permettra de **définir clairement le style et le contenu de la communication**. L'efficacité de cette dernière requiert également le courage d'être transparent. La définition des règles à cet égard fait également partie de cette première étape.

L'étape suivante consiste à **définir les rôles et les contributions des membres** de l'équipe de communication interne et à développer les compétences requises.

Enfin, la communication est **transformée** en fonction de la nouvelle vision. Cela peut nécessiter de **travailler main dans la main avec d'autres secteurs** (ou départements) et implique souvent un programme de "formation des formateur-riche-s". Voici quelques points importants:

- Donner une grande place à la culture et à son développement et s'assurer d'avoir des valeurs fortes et engageantes.
- Passer d'un leadership transformationnel à un leadership communicatif.
- Mettre en œuvre des outils d'engagement digitaux utiles.
- Mettre en place une culture du feedback généralisée.
- Fournir une formation aux compétences de communication.
- Sensibiliser les managers aux problèmes à aborder.

La mesure et l'alignement constant garantissent l'efficacité et l'efficacité de la communication interne.

Les compétences nécessaires grâce au soutien d'AGILIS

La mise en place d'une communication interne efficace nécessite un **cadre d'exécution** ainsi que des **compétences personnelles et interpersonnelles appropriées** au sein de l'équipe de communication. Ces dernières sont **l'empathie, la vision stratégique, la capacité d'écoute, l'authenticité et la capacité à fournir des conseils avisés**. AGILIS fournit des recommandations, des formations et des outils pour développer toutes ces capacités et pour vous permettre de maintenir et de développer davantage les accomplissements après la fin du projet.

AGILIS SERVICES Ltd.
Place de la Gare 15, 1700 Fribourg
Seefeldstrasse 92, 8008 Zürich
Switzerland

hello@agilis.services
0041 263 233 223
www.agilis.services