dialog

Communication & Relations publiques

Danièle Bovier, Journaliste RP

La communication d'entreprise

28 novembre 2008

Objectifs

- un enjeu: l’image
- la définition de la stratégie
- les techniques de communication
- discussion

La communication : mission

La mission de la communication est de situer clairement l'entreprise dans son environnement, par rapport à ses concurrents.

La communication : enjeu

L'image d'une entreprise est constituée de l'ensemble des représentations que s'en font les individus, des opinions qu'ils en ont, à partir de ce qu'ils perçoivent

La communication: l'image

Image voulue

Image transmise

Image perçue

=

Image réelle

La communication: l'image

L'image doit être:

- crédible
- valorisante
- originale
- durable

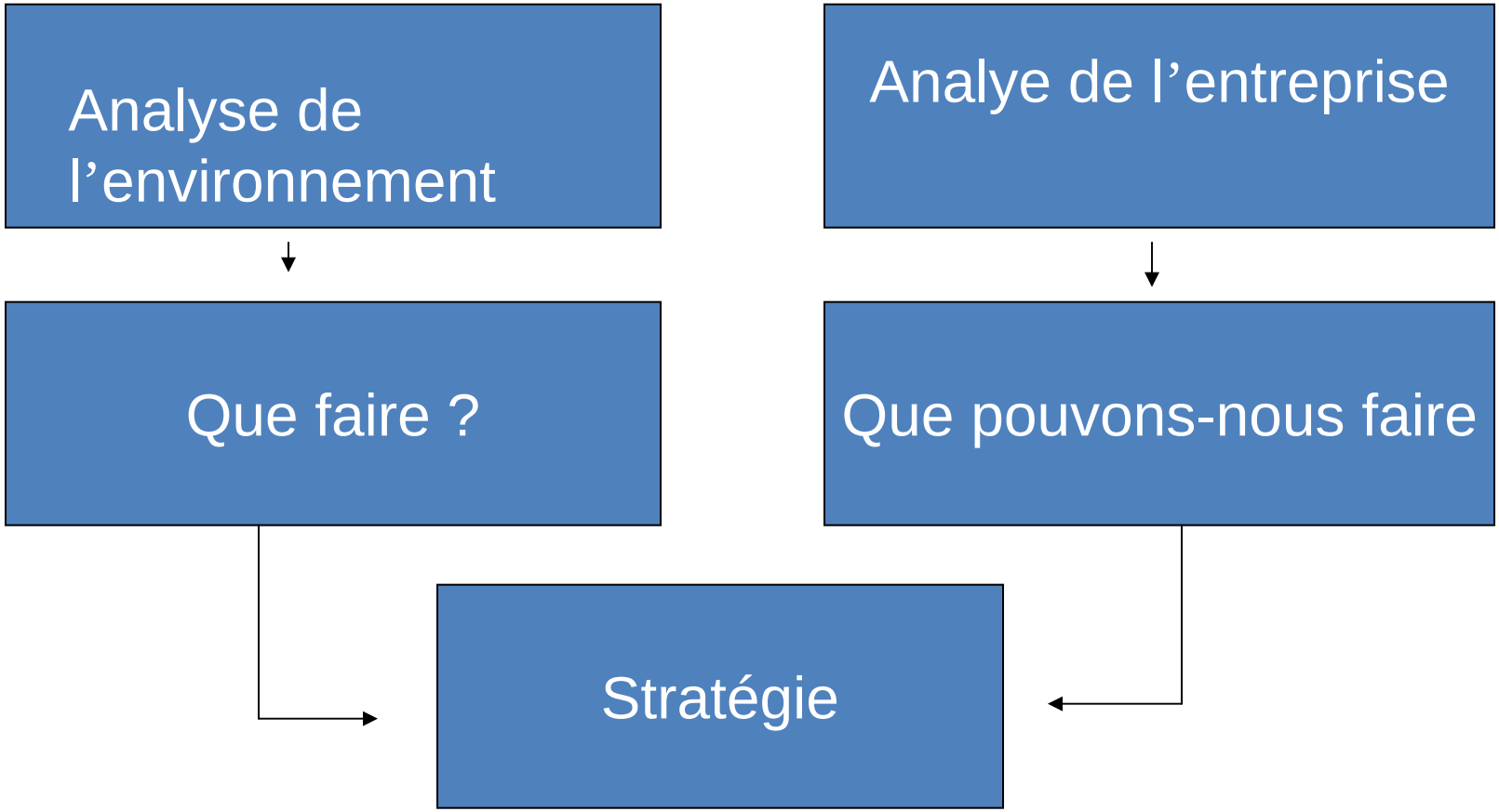
La stratégie

La stratégie de communication détermine les plans d'action que l'entreprise mettra en œuvre pour s'assurer un avantage concurrentiel sur une longue période.

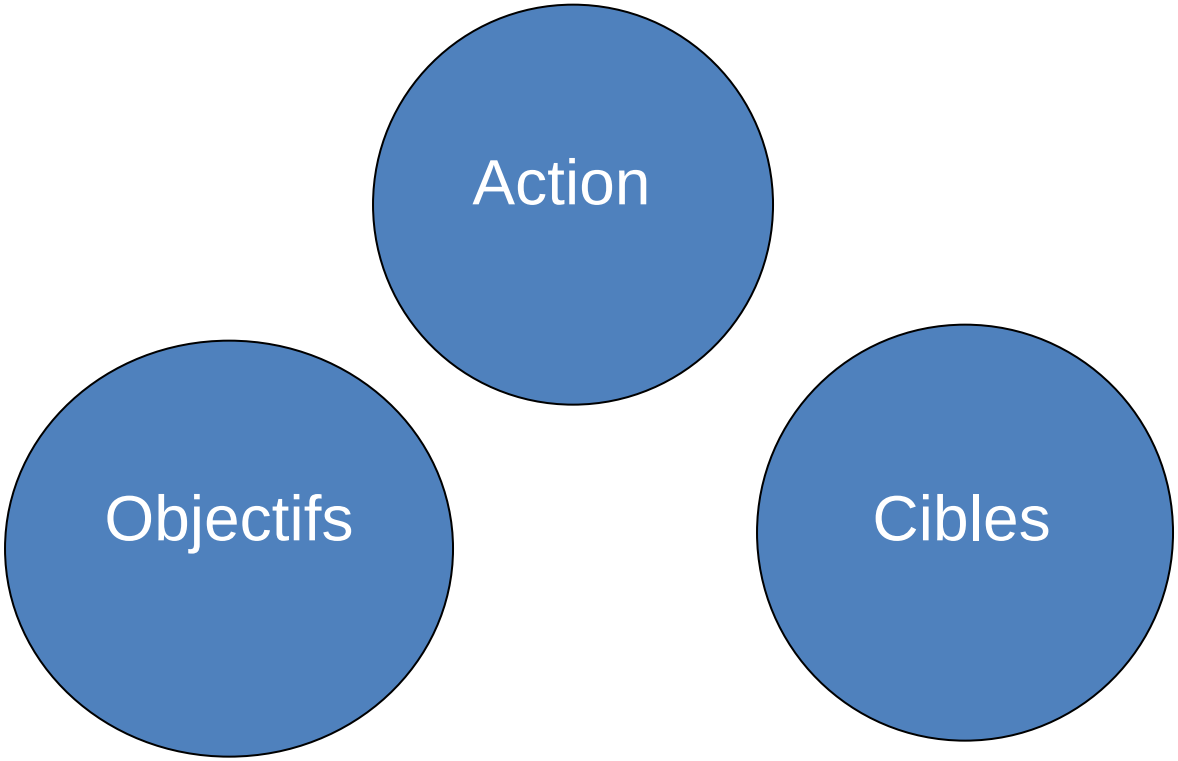
La stratégie: l'audit

Support/action	Journal interne
Objectif	Fédérer le personnel
Cible	Tous les employés
Périodicité	Trimestriel
Type de com.	Interne
Coût	Fr. 3000.- / numéro
Utilité	Difficile à évaluer/ pas d'outil en place

Le plan de communication



Le triangle de la communication

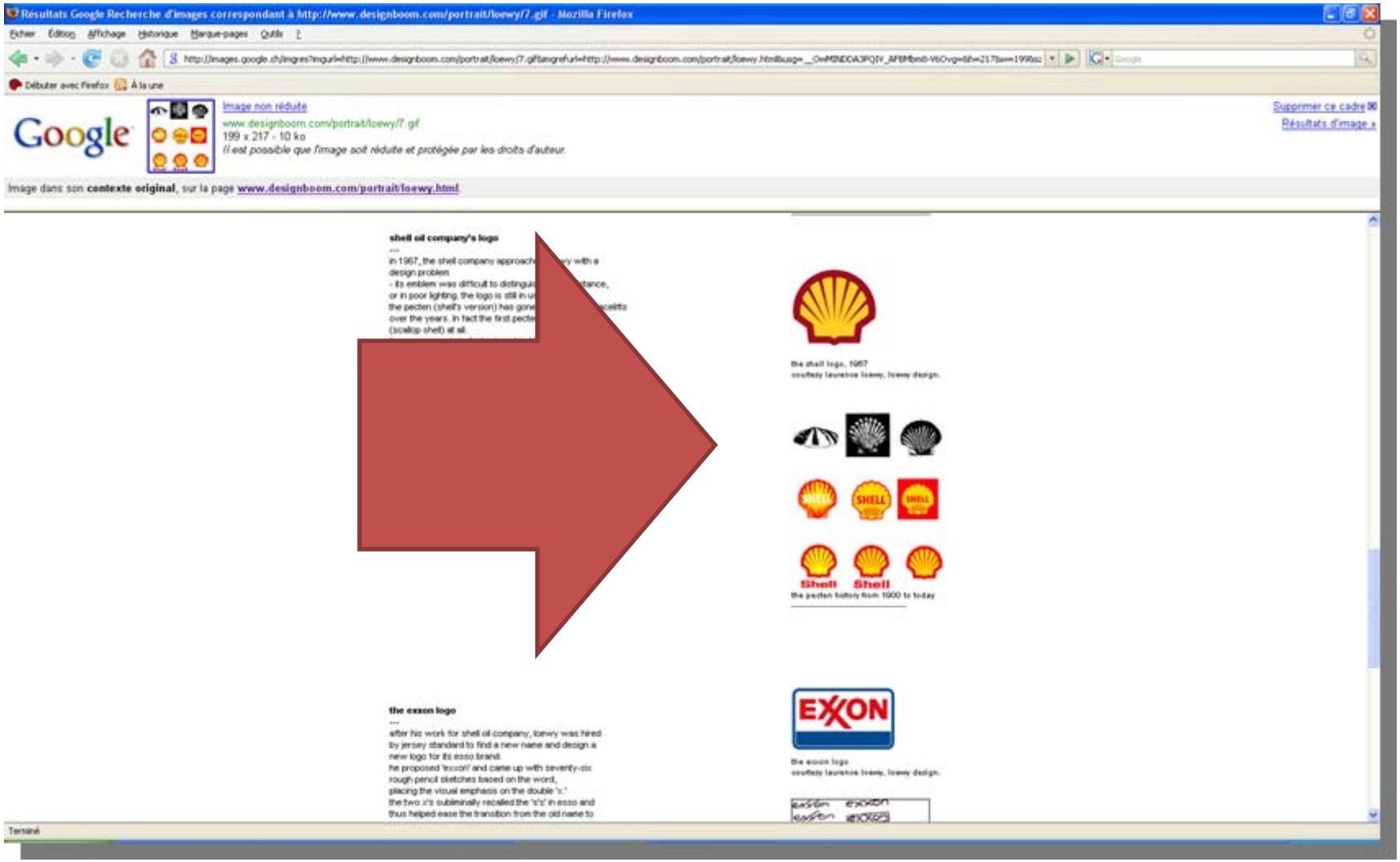


La communication visuelle

L'image se matérialiste grâce un :

- un visage: **le logo**
- une identité : **le nom**
- une personnalité: **la signature**

La communication visuelle



La communication institutionnelle

« Ce qui se conçoit bien s'énonce clairement. Et les mots pour le dire arrivent aisément ».

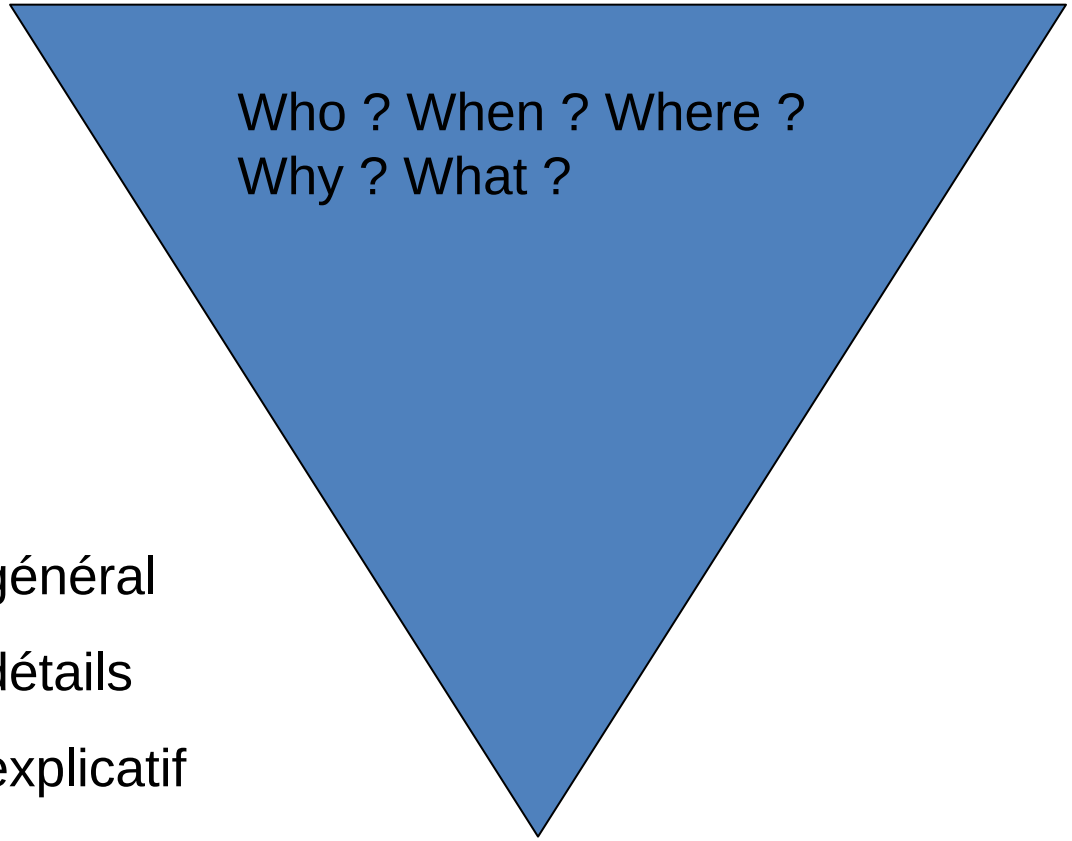
Nicolas Boileau

La communication institutionnelle

- la plaquette
- le rapport d’activité
- le journal interne

La communication médias

La communication médias



+ neuf

+ important

+ proche

+ général

+ détails

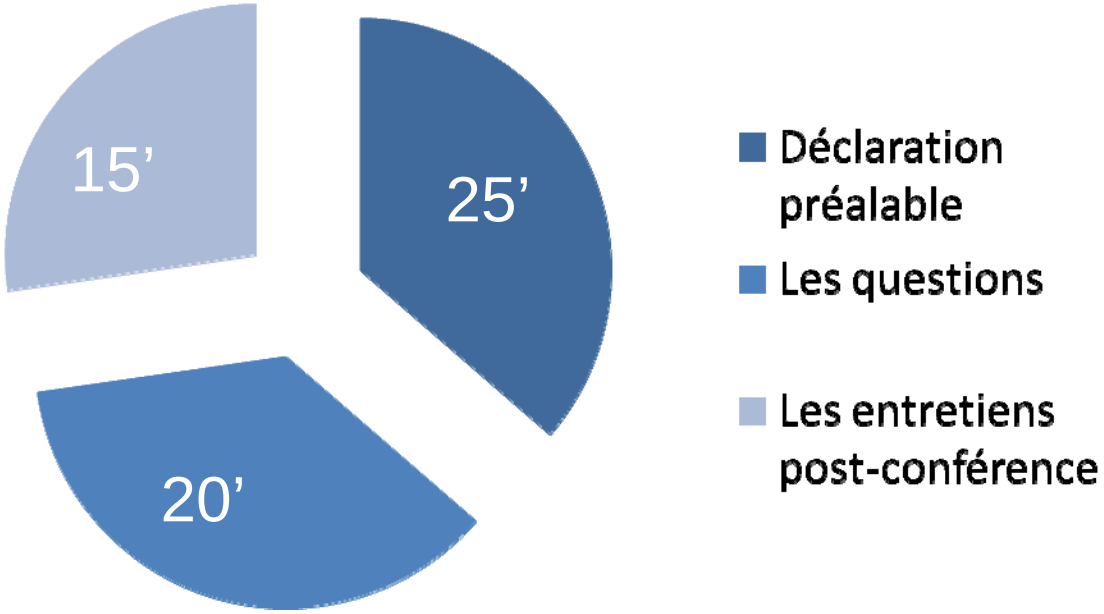
+ explicatif

La communication médias

- Communiqué de presse:
  - une information originale
- Dossier de presse:
  - un approfondissement et des angles différents
- Conférence de presse:
  - une information stratégique et majeure

La communication médias

Les 3 temps d'une conférence de presse



La communication médias

La communication par le Web

L’utilisateur remarque d’abord les titres et le texte avant même de voir les images.

Le contenu doit être le point de focalisation de votre site web.

www.poynter.org
eyertrack07

La communication par le Web

- Qualité du contenu : 75%
- Facilité d'utilisation : 66 %
- Rapidité de téléchargement : 58%
- Fréquence des mises à jour : 54%

Source: Forrester Research

La communication par le Web

- 25% plus lente que sur papier
- les internautes scannent les pages
- 16% lisent mot à mot

La communication par le Web

Nombre mots/phrase	Message entier	1ère moitié	2e moitié
12	100%	100%	100%
13	90%	95%	85%
17	70%	90%	50%
24	50%	70%	30%
40	30%	50%	10%

Source: La lisibilité, F. Richaudeau

Conclusion

Une communication non-professionnelle vous coûtera toujours trop cher

Merci pour votre attention