



LES JEUDIS THEMATIQUES DE CAPHAVET (JTC)

La communication (interne)

Par M. GORSOU M. Pascal

22/03/2018

C e Q u ' i l F a u t R e t e n i r

Ce que c'est la communication

- Il existe dans une entreprise deux types de communications : interne et externe. Tandis que la communication externe s'adresse à un public externe (clients, fournisseurs, partenaires, etc.), celle dite interne concerne le personnel en interne (cadres, salariés, employés).
- Par définition, la communication c'est l'art de se comprendre et d'échanger des informations. Elle est verbale quand les personnes se parlent de vive voix (conférence, entretien, discours, réunion, visioconférence), écrite lorsqu'elle est véhiculée par un support sur lequel l'information est retranscrite (notes, documents, rapports, journal, site web) ou gestuelle.
- La consommation interne dans les entreprises peut être verticale ou horizontale. Lorsqu'elle est verticale, elle peut émaner de la hiérarchie vers le bas (descendante) ou du bas vers la hiérarchie (ascendante). Bien souvent la communication descendante est beaucoup plus pratiquée que la communication ascendante. Ces entreprises devront de plus en plus être à l'écoute pour promouvoir la communication ascendante.

Importance de la communication

- La communication dans une entreprise vise trois objectifs à savoir : faire connaître, faire accepter et faire agir.
- Une bonne communication au sein de l'entreprise est un facteur indispensable pour créer un climat de travail favorable à la réussite.

- Une bonne communication (orale, écrite, verticale et horizontale) participe à créer une bonne organisation du travail et contribue à l'atteinte des objectifs communs.
- La communication entre le dirigeant et ses collaborateurs, puis les collaborateurs entre eux permet de clarifier des incompréhensions, intégrer les opinions des uns et des autres, dissiper les appréhensions, créer une atmosphère de transparence pour que tous regardent dans la même direction.

Comment communiquer ?

- Dans une entreprise, les dirigeants sont chargés de définir une stratégie de communication et de mettre sur pied un plan de communication en rapport avec l'organigramme et les procédures. Il est important de définir la nature des communications (notifications, rapportage, réunions, formation), les personnes impliquées (communicateurs, récepteurs, auditeurs, formateurs), la périodicité, la fréquence, la méthode (verbal, écrite), les moyens et les outils (téléphone, internet, logiciel, site web, journaux).
- Pour communiquer effectivement et efficacement, plusieurs canaux sont utilisés en fonction des circonstances et des effets recherchés. De plus en plus, les nouvelles technologies de l'information et de la communication sont venues compléter les techniques de communication d'entreprise. Internet est à la fois un mode de communication de masse, individualisé, interactif et mondial.
- Les dirigeants doivent veiller à ce qu'une gestion efficace soit faite du flux informationnel. Les moyens et les outils de communication doivent être clairement définis et pourvus (téléphone, conférence, discours, internet, ordinateurs, logiciels, vidéoprojecteur, matériel didactique, réunion, rapport, etc.)

Maîtriser la communication interne

- Lorsque dans une entreprise les dispositifs formalisés pour la communication ne sont pas mis en place, c'est la communication informelle (rumeur) qui prend le pas sur le reste. Beaucoup d'entreprises prennent avantage de cette forme de communication et l'intègrent dans leur culture organisationnelle.

- Une autre variante de cette communication informelle entretenue par les salariés et appelées « kongossa » dans le jargon camerounais peut se développer. Les entreprises de petite taille en tire profit comme étant une source de renseignements. Il est alors admis que tous les kongossa ne sont pas maléfiques.
- La communication, si elle est mal définie, gérée, suivie et contrôlée produit des effets négatifs inattendus tels des accrochages entre employés, une baisse de motivation, des contre-performances, etc.