**SYNTHESE CHAPITRE 11 :**

**LA COMMUNICATION DE L’ORGANISATION AVEC LES DIFFERENTS ACTEURS**

# LA COMMUNICATION INTERNE ET EXTERNE

Communication **externe**

Communication **interne**

Communication à destination des **publics externes**

Communication au sein de l’organisation ou à destination des **publics internes**

**Objectifs :**

* Maintenir une relation avec les partenaires
* Développer la notoriété et se distinguer des autres organisations
* Véhiculer l’identité et les valeurs de l’organisation

**Objectifs :**

* Transmission d’informations, de valeurs, de projets
* Motiver et valoriser le personnel
* Favoriser la coopération

## Les formes de la communication

**La communication descendante**

Supérieur vers le subordonné

**La communication horizontale**

Même niveau hiérarchique

**La communication ascendante**

Subordonné vers le supérieur

## La communication institutionnelle et la communication commerciale

Consiste à **promouvoir les produits ou services** de l’organisation. Elle cible les consommateurs.

Consiste à **promouvoir l’image d’une organisation** auprès de différents publics.

# La communication globale et intégrée

La communication globale consiste à rechercher la **cohérence entre les différentes formes de communication** de l’entreprise (communication interne, communication externe) et à **harmoniser l’ensemble des modes de communication** pour atteindre ses objectifs.

## Les différents outils de la communication globale et intégrée

Développement des nouvelles technologies ⇨ Apparition de nouveaux outils

Identité numérique

E réputation

Marque employeur

Traces numériques laissées sur Internet au fil des navigations et rendues publiques

Image véhiculée et/ou subie par une organisation sur internet et autres supports numériques

Valoriser l’image de l’organisation auprès des collaborateurs actuels et potentiels