**SYNTHESE CHAPITRE 11 :**

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

# LA COMMUNICATION INTERNE ET EXTERNE

## La communication interne

La communication **interne** regroupe l’ensemble des actions de communication réalisées au sein d’une entreprise ou organisation à destination de ses salariés et de ses publics internes

### Objectifs de la communication externe :



### Les Formes de la communication interne

La communication interne va circuler de différentes façons au sein d’une organisation :

* La communication  : du subordonné vers le supérieur (compte rendu de réunion, études, enquêtes, sondages…) ;
* La communication  : du supérieur vers le subordonné (affichage, plan stratégique, rapport annuel…) ;
* La communication  : entre des niveaux hiérarchiques équivalents (réunion, communauté de pratique, échanges téléphoniques…).

## La communication externe

La communication **externe** regroupe l’ensemble des actions de communication réalisées à destination des publics externes à l’organisation (clients, des usagers, des partenaires, des fournisseurs, des banques…)

### Objectifs de la communication externe

* Développer la notoriété de l’organisation ;
* Véhiculer l’identité et les valeurs de l’organisation ;
* Construire et développer une image positive de l’organisation ;
* Se distinguer des organisations concurrentes ;
* Etablir et maintenir des relations avec ses parties prenantes externes.

### La communication institutionnelle et la communication commerciale

La communication institutionnelle (ou corporate) consiste à

La communication commerciale consiste à promouvoir les produits ou services de l’organisation. Elle cible les consommateurs.

# La communication globale et intégrée

## Lien entre communication interne et externe

La communication globale consiste à

L’organisation, par la mise en œuvre d’une communication globale, réduit les contradictions et augmente l’implication de son personnel

Le plan de communication réunit les programmes de communication interne et externe de l’organisation qui poursuivent un même but : son développement. Il fixe donc, les objectifs, les messages, les cibles, une stratégie et des moyens d’action.

## Les différents outils de la communication globale et intégrée

Les possibilités offertes par les technologies numériques ont profondément modifié la manière dont les organisations appréhendent la communication. Elles vont combiner les différents médias numériques et se construire une identité auprès des diverses parties prenantes notamment au travers de :



Les organisations adoptent des techniques marketing afin de valoriser leur image auprès de potentiels futurs collaborateurs. La marque employeur est donc un élément à ne plus négliger pour attirer les meilleurs talents.

L’e-réputation peut être définie comme l’image véhiculée et/ou subie par une organisation ou une marque sur Internet et autres supports numériques



L’identité numérique est l’ensemble des traces numériques qu’une personne ou une organisation laisse sur Internet. Toutes ces informations, laissées au fil des navigations, sont collectées par les moteurs de recherche, comme Google, et sont rendues publiques