

Introduction

La communication consiste à échanger des informations entre individus.

- La communication externe

La **communication** externe de l'entreprise est l'ensemble des informations destinées aux interlocuteurs externes à l'entreprise tels que : les futurs clients, les fournisseurs, les concurrents, la presse...etc. (voir cours de mercatique)



- La communication interne

La **communication** interne de l'entreprise est la relation entre les différents départements de l'entreprise : diffusion d'information, coopération, **communication** interpersonnelle, Intranet, Internet...etc.

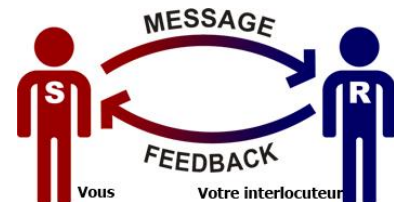
- Ascendante : de la base vers la hiérarchie, des services vers le management
- Descendante : du management vers les différents secteurs et services.
- Transversale : entre équipes ou travailleurs de même niveau



I Les types de communication

- La communication interpersonnelle

La communication interpersonnelle se déroule entre des individus. Elle utilise à la fois des processus cognitifs, affectifs et inconscients. Elle peut être duelle, ou groupale.



Elle se construit à partir des interactions, c'est-à-dire des influences réciproques qui s'exercent au fur et à mesure du déroulement de l'échange. Elle peut se faire de manière immédiate (oralement, en présence de l'un et de l'autre) ou de manière médiée en direct (téléphone, visioconférence) ou en différé (lettre, courriel...).

- La communication de groupe

Dans un groupe, un émetteur s'adresse à un ensemble de récepteurs. Le groupe est constitué d'individus ayant un intérêt commun.

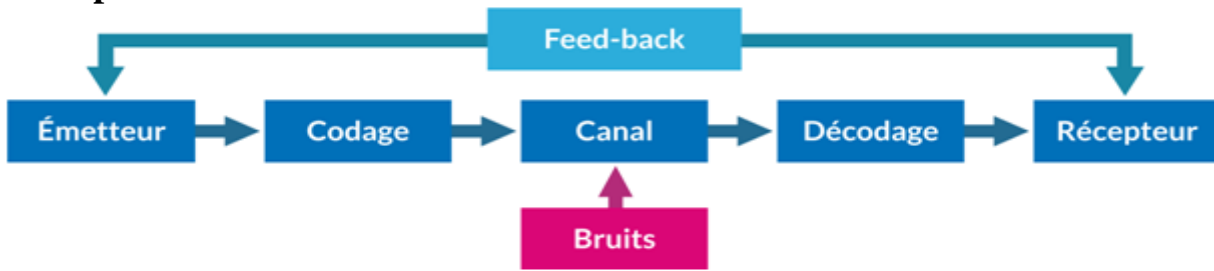














- La communication de masse


La communication de masse s'adresse à un large public, hétérogène (diversité des origines sociales, sexes, âges, professions...) et anonyme. Les mass media (la presse, la radio, la télévision, les affiches publicitaires) sont les instruments de la communication de masse.



II Le processus de communication



Émetteur (source)	- La communication ascendante
Récepteur(s) (destinataire)	- La communication descendante - La communication transversale
Message (contenu des infos transmises)	En communication interne : Ordres, conseils techniques, analyses d'activité, idées du ressenti, ...
Canal de communication	<p>Écrit </p> <p>Oral </p> <p>Visuel </p> <p>Audio </p> <p>Numérique </p> <p>...</p>
Un code (ens. des signes utilisés pour transmettre le message)	<p>La communication verbale (langage soutenu, courant, familier) tout ce qui s'exprime par le langage. Ce type de communication exige une rétroaction c'est-à-dire un feed-back pour assurer la réception du message. </p> <p>La communication non verbale (apparence, posture, gestes, regards, dessins ...) exprimée implicitement sans l'utilisation des langues. </p>
Un support (moyen technique de transmission du message)	<p>Courrier papier </p> <p>Courrier électronique </p> <p>Téléphone </p> <p>Journal interne </p> <p>Visioconférence </p> <p>Portail de communication interne (ACCOR)</p> <p>....</p>
Un contexte (thème, lieu, durée, cadre)	- La communication formelle - La communication informelle

Bruits	Obstacles techniques (ex perturbations sonores) Obstacles sémiologiques (ex : sens du silence pour 1 français et pour 1 asiatique) Obstacles sémantiques (ex : email non délivré, ...)
Rétroaction ou feedback (info retournée à l'émetteur)	Réponse au message 

III Les enjeux de la communication interpersonnelle

Les enjeux sont doubles. La communication interpersonnelle améliore la performance de l'entreprise et permet un meilleur management d'équipe.

1) Les enjeux pour la performance de l'entreprise

- Améliorer l'efficacité de l'organisation de l'entreprise en :
 - Diffusant des informations à travers des notes de service, des procédures, ... relatives à des décisions stratégiques et opérationnelles.
 - Les équipes travaillent en synergie, pas de manière éclatée mais comme un vrai groupe
 - Coordonnant les activités. Par ex entre la salle et la cuisine.
- Mobiliser des ressources humaines
 - Renforcer le sentiment d'appartenance (ex : messages personnalisés, politique de la « porte ouverte » ...)
 - Renforcer le besoin d'estime de Maslow (ex : propos valorisant, posture bienveillante)
 - Repérer les attentes de chacun lors d'entretiens individuels.
 - Evaluer le bien-être avec des groupes de parole, des questionnaires, ...

2) Les enjeux pour le management d'équipe

- L'efficacité de la production de services
 - Impliquer les salariés sur les projets, la santé de l'entreprise à partir d'une communication orale et écrite.
 - Vérifier la compréhension des ordres, des consignes en provoquant des « feedback ».
 - Recadrer si nécessaire au cours d'un entretien
 - Répartir et coordonner les tâches à l'aide de réunions
 - La créativité et la cohésion au sein de l'équipe
 - Partager des connaissances, des savoirs- faire (échanges formels ou/ et informels)
 - Faire émerger de nouvelles idées (brainstorming)
 - Travail collaboratif
 - La gestion des conflits

Un manager gère son équipe en prenant en compte chaque décision prise selon le principe hiérarchique. Il est en charge de la mobilisation et de la transmission des décisions prises pour l'organisation des tâches.

 - Percevoir les signes verbaux et non verbaux de tension.
 - Résoudre les conflits grâce au dialogue en pratiquant une écoute active (résumé, reformulation, ...)
 - Renforcer la cohésion et l'esprit d'équipe (repas d'équipe, afterworks, ...)