

Dans toutes organisations, la communication est un processus qui fait partie du quotidien et qui inclut nécessairement plus d'une personne. Ce fascicule est concis, simple et pratique. Il renseigne le lecteur sur trois types de communication interne présents dans nos entreprises, soit la communication relationnelle, la communication de l'information et la communication de collaboration. Ce document est un complément au chapitre 8 du *Guide pratique de gestion des ressources humaines pour PME* élaboré par le Comité sectoriel de main-d'œuvre de l'industrie textile du Québec (CSMO Textile).



QUI SOMMES-NOUS?

Le CSMO Textile a comme rôle, entre autres, de définir et de soutenir le développement de la main-d'œuvre des entreprises du secteur textile au Québec. Toutes ses interventions se font de concert avec celles-ci et les partenaires du grand réseau textile québécois. Elles permettent d'identifier les compétences actuelles et requises de la main-d'œuvre, d'offrir des programmes de formation et des outils nécessaires au développement de ce secteur. Le CSMO Textile contribue aussi à l'amélioration de l'image et de la compétitivité de l'industrie textile ainsi qu'à l'enrichissement de la connaissance du marché du travail.



LES COMMUNICATIONS RELATIONNELLES

VALORISER LA COMMUNICATION. UNE STRATÉGIE GAGNANTE!

Nul ne peut contester la valeur d'une communication interne efficace pour toute entreprise. Plus vos employés seront bien informés, plus ils se sentiront satisfaits. Ils manifesteront de l'intérêt pour l'avenir de votre entreprise et, tout compte fait, contribueront davantage à votre réussite.

Les entreprises qui considèrent les moyens de communication interne comme une priorité ont de meilleures chances d'atteindre leurs objectifs globaux, d'accroître leurs ventes, d'augmenter leur clientèle ou de procéder à des changements tels qu'une fusion, une réduction des effectifs ou des modifications au niveau de la direction.

Essentiellement, les dirigeants devraient avoir deux objectifs clés à l'esprit :

- · Créer un sentiment d'appartenance chez leurs employés (les employés ont besoin de se considérer comme une partie intégrante d'un tout).
- Conserver le soutien de leurs employés (plus ils croiront en vos initiatives, plus ils vous aideront à les réaliser).

SONDEZ VOS EMPLOYÉS

Les organisations gagneront à se regarder à travers les yeux de leurs employés. Comme ils sont le principal facteur d'influence pour le service à la clientèle et qu'ils contribuent à la qualité et à la rentabilité de l'entreprise, il est donc essentiel de savoir ce qu'ils pensent au fait de travailler dans votre organisation.

En plus de faire participer la main-d'œuvre et l'amener à se sentir activement engagée, le sondage permet aux employés de sentir clairement que leur opinion compte beaucoup dans la gestion de l'organisation. Ce type de sondage peut améliorer le niveau de satisfaction et le moral des employés ainsi que la communication, mais il permet aussi de déceler les domaines qui ont besoin d'être améliorés et ceux dans lesquels l'entreprise excelle.

Par exemple, vous pourriez sonder vos employés sur les thèmes suivants : les rapports avec la direction, les récompenses et les reconnaissances, la formation et le perfectionnement, la rémunération et les avantages sociaux, la satisfaction et la motivation au travail, la communication, l'équilibre travail-famille ainsi que l'environnement de travail et la sécurité. Vous pourriez aussi sonder la satisfaction de votre clientèle, faire des études de marché et du marketing.

Il est essentiel pour les dirigants de faire une rétrospective sur les résultats du sondage et d'informer les employés des actions qui seront mises en place afin de remédier à certaines situations.

INSTAUREZ DES RENCONTRES D'INFORMATION

Malgré les nombreux courriels, appels téléphoniques et notes manuscrites qui sont échangés chaque jour, les réunions sont toujours un des moyens les plus efficaces pour partager et échanger de l'information, obtenir une rétroaction, planifier, collaborer et prendre des décisions importantes pour l'organisation.

Les rencontres d'information peuvent servir à rappeler aux employés que le travail accompli par l'organisation ne se limite pas à leur propre sphère d'activités et à leurs échéanciers; les employés peuvent développer des occasions pour se soutenir mutuellement et collaborer les uns avec les autres. Un autre avantage de tenir des rencontres d'information régulièrement est de permettre aux personnes de différents échelons de l'organisation (gestionnaires, employés, stagiaires, contractuels) de s'entendre au sujet des priorités du moment et des buts organisationnels. On se plaint souvent que les employés n'ont pas suffisamment accès à l'information, alors des réunions régulières du personnel peuvent remédier à cet état de fait. Et pour les gestionnaires, il s'agit d'une excellente façon de rester en contact avec les employés et de prendre le pouls de l'entreprise.

Pour vous aider à préparer votre réunion, référez-vous au Guide pratique de gestion des ressources humaines pour PME du CSMO Textile afin de consulter le fichier technique « Réunion efficace » (chapitre 8-9) ou communiquez avec nous afin de l'obtenir.



TRUCS ET ASTUCES

L'outil Survey Monkey permet de créer des sondages simples ou sophistiqués SurveyMonkey personnalisés à votre entreprise. Les

sondages peuvent être envoyés via téléphone mobile, Internet ou réseaux sociaux. Les fonctionnalités de base sont gratuites. Avec un forfait payant, vous pouvez obtenir les données en temps réel, trier et analyser les données pour révéler de nouvelles perspectives et partager facilement des graphiques et des rapports de présentation. Vous pouvez même accéder à une bibliothèque de modèles de sondage.

LES COMMUNICATIONS D'INFORMATION

ÉTABLISSEZ UNE POLITIQUE D'UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX

Les sites de réseaux sociaux, comme Facebook, Twitter et LinkedIn, peuvent s'avérer de formidables outils pour augmenter le sentiment d'appartenance de vos employés, soutenir vos efforts en matière de recrutement, entrer en contact avec des clients potentiels et renforcer vos relations avec ceux que vous avez déjà.

Compte tenu de la nature publique des médias sociaux, de l'explosion de leur utilisation et de la rapidité à laquelle fuse l'information, l'employeur a tout intérêt à mettre en place une politique d'utilisation et à proposer quelques lignes directrices pour encadrer son personnel. Mais attention, une telle politique devrait aussi encourager la participation des employés sur Internet afin de promouvoir l'entreprise.



L'ÉLABORATION D'UNE POLITIQUE DEVRAIT, ENTRE AUTRES

- Faire participer les employés les plus engagés sur les médias sociaux lors de son élaboration;
- Proposer aux employés ce qu'ils peuvent faire en établissant clairement quels renseignements concernant votre entreprise peuvent être affichés en ligne, et qui peut le faire;
- Indiquer clairement que cette politique concerne tous les médias sociaux (réseaux sociaux, blogues, wikis, etc.), qu'ils soient à usage professionnel ou personnel;
- Rappeler aux employés qu'ils sont responsables des propos tenus sur les médias sociaux et qui concernent directement ou indirectement l'employeur;
- Prévoir les conséquences d'un manquement aux obligations qui y sont énoncées, dont la loyauté et la confidentialité.

Un modèle de politique est disponible, communiquez avec nous.

CONSEIL

Si votre entreprise utilise les sites de réseaux sociaux à des fins professionnelles ou publicitaires, choississez un ou plusieurs employés et autorisez uniquement ce ou ces employés à placer du contenu au nom de l'entreprise.

AMÉLIOREZ LE TAUX D'OUVERTURE DE VOS COURRIELS, PRÉPAREZ UN CONTENU PERCUTANT!

Nous n'envoyons pas le même message à un client de longue date, à un nouveau prospect, ou à un nouvel acheteur. Cela dit, il pourrait être approprié de créer des modèles de courriel que vos employés pourront personnaliser.

Adaptez vos courriels aux téléphones intelligents et tablettes. Assurez-vous de concevoir vos courriels, infolettres et emailing marketing pour qu'ils soient fluides quel que soit l'appareil utilisé.

Envoyez vos courriels au bon moment : certains penseront à envoyer les courriels plus marketing près des heures de lunch ou en fin de journée pour cibler les professionnels qui consultent leurs courriels après le travail, de façon plus reposée, tandis que les courriels comprenant des informations de suivi et des documents professionnels seront plus efficaces quand la cible visée est encore à son travail, dans un moment de productivité.

LES POINTS CLÉS D'UN BON COURRIEL

Le choix de l'objet

Le choix du titre du message est fondamental, car il doit déclencher l'envie d'ouvrir le courriel.

La formulation et la présentation

Rédigez un message simple, court et direct. Aérez la mise en page. N'oubliez pas d'accentuer le texte. Il ne faut pas non plus hésiter à multiplier les liens et les incitations au clic (cliquez ici) au sein d'un même message pour profiter pleinement du caractère interactif d'un courriel.

La personnalisation

La signature doit comprendre nom, adresse et fonction dans le cadre d'un échange professionnel. Pensez à mettre en copie conforme d'autres correspondants dans le champs « CC » si nécessaire. Le courriel gagne en efficacité lorsqu'il reprend, dans son titre ou dans son texte, les éléments personnels en lien avec le destinataire et liés à des faits précis.

La longueur du message

La lecture sur écran étant moins confortable que la lecture papier, il ne faut pas abuser de la longueur des courriels et veiller à proposer des paragraphes courts et des titres mis en évidence.

SAVIEZ-VOUS QUE?

Si la politique d'envoi de courriels de votre entreprise ne respecte pas le cadre de la Loi canadienne anti-pourriel, vous prenez le risque d'être jugé sévèrement par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)? Consultez la section **Internet** du **www.crtc.gc.ca** pour comprendre et respecter la Loi canadienne anti-pourriel.

LES COMMUNICATIONS DE COLLABORATION

SIMPLIFIEZ LE PARTAGE DE DOCUMENTS

Dans le souci d'améliorer les méthodes et processus au travail, les entreprises doivent dorénavant se doter d'outils de travail collaboratif en ligne qui concurrencent les traitements de texte, tableurs et logiciels de présentation des suites Windows, Open Office et autres.

Par exemple, les outils de Google Drive sont faciles d'accès et d'utilisation et offrent des services qui peuvent se révéler extrêmement utiles et performants pour les organisations. Multi-connexions, partage de documents et mode formulaire sont parmi les nombreux avantages de ces outils de collaboration.



- √ Gratuit
- \int Importation de fichiers
- √ Partage de données
- √ Collaboration en temps réel
- √ Enregistrement automatique
- √ Exportation de données

TRUCS ET ASTUCES

Organiser une rencontre peut sembler un casse-tête pour bien des organisations. De plus en plus d'outils technologiques viennent en aide aux organisateurs de réunion. Vous tentez de trouver une plage horaire qui convient à plusieurs participants, mais vous n'avez pas accès à leurs horaires respectifs? Doodle est une application Web qui permet de proposer plusieurs plages horaires que chacun coche selon ses disponibilités. Le choix qui convient au maximum de gens peut ensuite être retenu.





Pour nous joindre: Tél.: 819 477-7910

575 B, rue des Écoles Drummondville (Québec) J2B IJ6

ENVISAGEZ LA MESSAGERIE INSTANTANÉE

La messagerie instantanée présente certains avantages au travail, puisqu'elle permet aux employés de communiquer très rapidement entre eux, particulièrement si certains employés travaillent à distance.

Par contre, le clavardage entre employés est une chose, mais l'utilisation du logiciel à des fins personnelles en est une autre. Songez que la messagerie instantanée est discrète et difficile à contrôler. De plus, les messages - écrits rapidement - entre employés peuvent facilement être imprécis.

Peut-on réglementer l'utilisation des messageries instantanées?

Votre entreprise devrait aussi se doter d'une politique d'utilisation pour cet outil de communication. Par exemple, informez vos employés que ces logiciels demeurent la propriété de la compagnie et que les informations qui y circulent appartiennent à l'employeur. Si vous suspectez de l'abus, une telle politique vous permettra de faire vérifier le contenu des échanges par un technicien en informatique.

SAVIEZ-VOUS QUE?

Skype permet de partager son écran lors des appels vidéo. La gratuité des appels de groupe est dorénavant possible.

Dans les entreprises, la vidéoconférence peut servir des besoins internes ou externes. Certaines entreprises disposent de plusieurs divisions si bien que la vidéo conférence permet aux gestionnaires de se réunir de manière ponctuelle ou régulière. Cet outil permet donc de resserrer les liens entre des équipes distantes et de prendre des décisions rapides. Sur le plan externe, cet outil permet de mener des discussions partenariales, des négociations commerciales ou encore des entretiens d'embauche. Elle est une source d'économies et permet de respecter les critères de développement durable.

Rappelez-vous l'importance de mettre en place des outils de communication efficaces au sein de votre entreprise. Référez-vous, au besoin, au Guide pratique de gestion des ressources humaines pour PME du CSMO Textile afin de soutenir vos démarches ou communiquez avec nous.



