

LA COMMUNICATION ORGANISATIONNELLE



CSMO
TEXTILE

Comité sectoriel de main-d'oeuvre
de l'industrie textile du Québec

Ce document est téléchargeable
de notre bibliothèque virtuelle
csmotextile.qc.ca

INTRODUCTION

La communication est au cœur de la gestion quotidienne dans toutes les entreprises. Étant donné que ce processus met en relation tous les employés de l'entreprise, il est primordial que les dirigeants, les cadres et autres gestionnaires maîtrisent quelques rouages importants de la communication en milieu de travail. En effet, là où le bât blesse pour les gestionnaires par exemple, c'est souvent en période de changement. Rappelez-vous que lorsqu'il est question de communication, vous devez toujours nourrir une réflexion sur sa triple fonctionnalité, à savoir : son rôle informationnel, son rôle mobilisateur et son rôle stratégique.

Ce fascicule est concis, simple et pratique. Il renseigne le lecteur sur trois types de communication interne présents dans nos entreprises, à savoir : la communication relationnelle, la communication de l'information et la communication de collaboration.

TABLE DES MATIÈRES

Les communications relationnelles	3
Les communications d'information	4
Les communications de collaboration	5

.....

RENSEIGNEMENTS

Ce document est une introduction au [fascicule n° 10](#) qui présente quelques outils de communication en entreprise. Pour vous les procurer et si vous avez des questions, nous vous invitons à nous contacter par courriel à info@csmotextile.qc.ca ou par téléphone au 819 477-7910.

Note : Le générique masculin est utilisé sans discrimination et uniquement dans le but d'alléger le texte. Ce document a été mis à jour le 17 mars 2020.

PARTIE 1 : LES COMMUNICATIONS RELATIONNELLES

VALORISER LA COMMUNICATION, UNE STRATÉGIE GAGNANTE

SONDEZ VOS EMPLOYÉS

Les entreprises 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 du fait de travailler dans votre entreprise.

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 quotidienne. 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 programmes de récompenses et de reconnaissance, la formation continue, le développement des compétences, la rémunération incluant les avantages sociaux, la motivation au travail, la communication, la conciliation travail-études et travail-famille, l'environnement de travail, etc.

Il est essentiel pour les dirigeants 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.

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 trois 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);
- Valider la justesse de leurs interventions.

TRUCS ET ASTUCES



SurveyMonkey

L'outil Survey Monkey permet de créer des sondages simples ou personnalisés selon les besoins de votre entreprise.

Les sondages peuvent être envoyés via téléphone mobile, courriel ou par les 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.

PARTIE 2 : LES COMMUNICATIONS D'INFORMATION

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 l'information, obtenir une rétroaction, planifier, collaborer et prendre des décisions importantes pour l'entreprise.

Les rencontres d'information peuvent servir à rappeler aux employés que le travail accompli par l'entreprise 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'entreprise (gestionnaires, employés, stagiaires, contractuels, etc.) de s'entendre au sujet des priorités actuelles et des objectifs de l'entreprise. Certains employés ont tendance à se plaindre qu'ils n'ont pas accès à des informations importantes qui pourraient être utiles à leur travail. Dans cette optique, la tenue de réunions régulières avec le personnel peut remédier à cette situation. 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 [fascicule n° 10 sur les outils de communication en entreprise](#).



PARTIE 3 : LES COMMUNICATIONS DE COLLABORATION

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 circule 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. Par ailleurs, une telle politique devrait aussi encourager la participation des employés 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 les renseignements concernant votre entreprise et ce qui peut être affiché 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 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.

CONSEIL

Si votre entreprise utilise les sites de réseaux sociaux à des fins professionnelles ou publicitaires, choisissez 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. Par contre, 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 champ « 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.

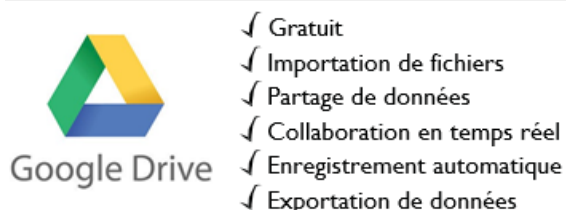
La longueur du message

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

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 ou Microsoft 360 sont faciles d'accès et d'utilisation et offrent des services qui peuvent se révéler extrêmement performants pour les entreprises. Multi-connexions, partage de documents et mode formulaire sont parmi les nombreux avantages de ces outils de collaboration.



TRUCS ET ASTUCES

Organiser une rencontre peut sembler un casse-tête pour plusieurs entreprises. 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 et chaque participant fait un choix selon ses disponibilités. Le choix qui convient au maximum de personnes peut ensuite être retenu.



ENVISAGEZ LA MESSAGERIE INSTANTANÉE

La messagerie instantanée (*logiciel intranet*) 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. N'oubliez pas 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 de cet outil de communication. Par exemple, informez vos employés que ces logiciels demeurent la propriété de l'entreprise et que les informations qui y circulent appartiennent à l'employeur. Si vous suspectez un abus, une telle politique vous permettra de faire vérifier le contenu des échanges par un technicien en informatique.

SAVIEZ-VOUS QUE?

Des plateformes comme **Via, Talkspirit, Skype, Hangout, Team** ou **Zoom** permettent de partager un écran lors des vidéoconférences.

Dans les entreprises, la vidéoconférence peut servir pour des besoins internes ou externes. Certaines entreprises disposent de plusieurs divisions si bien que la vidéoconférence 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 rapidement. 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.

UN ALLIÉ
POUR LES
ENTREPRISES

Le CSMO Textile offre annuellement des formations dans plusieurs domaines de la gestion des ressources humaines. Vous pouvez consulter les formations offertes sur notre site internet. De plus, n'hésitez pas à parcourir notre bibliothèque virtuelle pour avoir accès à d'autres fascicules et outils pertinents pour la gestion de vos RH.



819 477-7910
info@csmotextile.qc.ca
WWW.CSMOTEXTILE.QC.CA



Comité sectoriel de main-d'oeuvre
de l'industrie textile du Québec

Avec la contribution financière de

**Commission
des partenaires
du marché du travail**

Québec