



## FICHE SAVOIR Instruments de dialogue

L'entreprise est un lieu d'échanges entre salariés et personnel d'encadrement. Elle doit permettre l'expression de chacun pour favoriser un dialogue efficace et une cohésion interne. Les réunions sont des instruments de dialogue indispensables à la bonne information du personnel, mais d'autres supports et techniques de dialogue peuvent être mis en place, dans le respect de règles éthiques et déontologiques.

Le collaborateur de direction, par sa position d'interface, doit savoir analyser les caractéristiques des instruments de dialogue (supports et techniques) et comprendre leur fonctionnement pour les mettre en place au sein de l'entreprise.

### 1 > Enjeux de la communication interne

La bonne circulation de l'information dans l'entreprise est source d'avantage concurrentiel car elle évite les conflits et tensions, et accroît le sentiment d'appartenance et la cohésion sociale. La position hiérarchique des individus a une influence sur les échanges d'informations :

#### La communication interne



### 2 > Supports de la communication interne

Le collaborateur de Direction a pour rôle d'offrir aux collaborateurs les moyens d'échanger, de partager l'information disponible dans l'entreprise de manière à accroître sa performance.

Il doit s'appuyer sur des supports de dialogue en usage dans l'entreprise.

## ■ Supports traditionnels

Forme	Outils	Caractéristiques
Écrit	<b>LE JOURNAL INTERNE</b> <i>Document numérisé, adressé par mail</i>	<b>Donner aux salariés une information sur la vie de l'entreprise.</b> Son contenu est fonction de l'actualité de l'entreprise et de son environnement, sa rédaction nécessite un travail important. Exemple de contenu : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informations légales : RH, actualités juridiques.</li> <li>• Informations sur la vie de l'entreprise : projets en cours, articles de presse, etc.</li> <li>• Informations salariales : événements mariage, naissance, petites annonces, festivités, etc.</li> </ul>
	<b>LE PANNEAU D’AFFICHAGE</b> <i>Support placé dans un endroit visible par tous (au-dessus pointeuse, salle de pause...)</i>	<b>Renseigner les salariés sur l'actualité de l'entreprise.</b> Les informations sont centralisées dans un endroit connu de tous les salariés. Des informations légales peuvent être affichées et distinctes de l'affichage syndical. Il nécessite un travail d'actualisation très régulier sous peine de ne pas être lu.
	<b>LA BOÎTE A IDÉES</b> <i>Outil favorisant l'innovation dans l'entreprise</i>	<b>Permettre de consulter les avis des salariés et de faire remonter leurs idées et suggestions.</b> Elle prend différentes formes en fonction de la stratégie de l'entreprise. Ex. : récompense de la meilleure idée, espace collaboratif avec des ressources créatives et des réflexions collectives, challenges d'idées, etc.
	<b>LE FLASH D’INFORMATION</b> <i>Message court et publié instantanément, diffusé par mail ou sur l'intranet de l'entreprise</i>	<b>Informers les salariés et attirer leur attention sur des faits particuliers.</b> Sa parution est fonction de l'actualité de l'entreprise est donc aléatoire. Il peut être papier ou électronique.

## ■ Supports numériques

Forme	Outils	Caractéristiques
Numérique	<b>INTRANET</b> <i>Réseau privé interne à l'entreprise dont l'accès est soumis à des droits d'utilisateurs</i>	<b>Faciliter le dialogue interne et la communication descendante.</b> Il peut être composé d'une messagerie interne, un forum, une plate-forme collaborative, etc. Il est mis à jour régulièrement pour disposer d'informations fiables et actualisées sur l'entreprise.
	<b>NEWSLETTER</b> <i>Lettre d'information</i>	<b>Diffuser des informations de l'entreprise aux salariés.</b>
	<b>MESSAGERIE ÉLECTRONIQUE</b> <i>Application informatique permettant la transmission de mails ou courriels</i>	<b>Permettre l'envoi de messages rapides à une personne ciblée ou à une liste de diffusion en mode asynchrone.</b>
	<b>BLOG D’ENTREPRISE</b> <i>Espace de communication</i>	<b>Permettre la publication rapide des photos, des textes ou des vidéos.</b> Outil utilisé pour créer une communauté d'acteurs.
	<b>CHAT- MESSAGERIE INSTANTANÉE</b> <i>Application informatique permettant des échanges textuels</i>	<b>Permettre le dialogue en mode synchrone.</b>
	<b>FORUM DE DISCUSSION</b> <i>Espace d'échanges informatique nécessitant un accès d'utilisateur</i>	<b>Favoriser le dialogue sur un thème précis.</b>

### 3 > Situations de communication orale et techniques de dialogue

L'entreprise doit permettre l'expression de ses salariés en développant des situations de communication favorisant le dialogue et des techniques adaptées.

Situations de communication orale	<b>RÉUNION FORMELLE ET INFORMELLE</b> <i>Technique de rassemblement de personnes sur un sujet</i>	Faciliter le dialogue interne et éviter les conflits.
	<b>JOURNÉE DÉTENTE (TEAM BUILDING)</b> <i>Moment de partage entre collaborateurs dans un contexte événementiel</i>	Favoriser la cohésion sociale et développer le sentiment d'appartenance à l'entreprise.

Techniques de dialogue	<b>ENQUÊTE DE SATISFACTION</b> <i>Technique d'expression d'une opinion</i>	Mesurer la satisfaction des personnes interrogées en vue d'apporter des axes d'amélioration.
	<b>SONDAGE</b> <i>Enquête statistique</i>	Interroger le personnel (ou échantillon de personnes) sur un sujet précis en vue d'une analyse pour déterminer un type de comportement.

### 4 > Règles d'éthique et déontologie

L'évolution des techniques d'information et de communication amène les entreprises à veiller à leur image de marque sur les réseaux sociaux et Internet. Les échanges sont rapides, instantanés, et peuvent occasionner des risques d'atteinte à l'image de l'entreprise.

- **Éthique** : ensemble de valeurs morales dans l'entreprise. Elles sont rédigées et rassemblées dans un code ou charte d'éthique. Chaque salarié est amené à respecter ces règles d'éthique afin de véhiculer une image positive de l'entreprise. Ces valeurs doivent être communément acceptées. (Ex. : chez Bouygues, l'éthique se décline autour de valeurs de respect des collaborateurs, honnêteté, équité et transparence, sincérité et fiabilité, etc.).
- **Déontologie** : ensemble de normes, pratiques d'une profession, d'une entreprise. Avec l'évolution de la pression sociétale, les entreprises mettent progressivement en place un code de déontologie dans le domaine environnemental, social, etc. pour renforcer leur image de marque auprès de ses parties prenantes. (Ex. : Code de déontologie des avocats et secret professionnel).
- **Nétiquette** : charte de bonne conduite et de bonnes pratiques sur Internet. Ces règles de savoir-vivre et de politesse s'appliquent aux forums de discussion, réseaux sociaux et autres moyens d'échanges avec des internautes y compris dans l'entreprise. (Ex. : charte communautaire de Flickr, site de partage de photos en ligne).