



Nashkibrousk Aristofal ?

Norishika marazawi – Ormundis Burguilandis



C'est quoi la communication ?

Alexis Desjeux – Agence conseil en communication **Desjeux Créations**

Membre de





Pourquoi êtes vous là ?

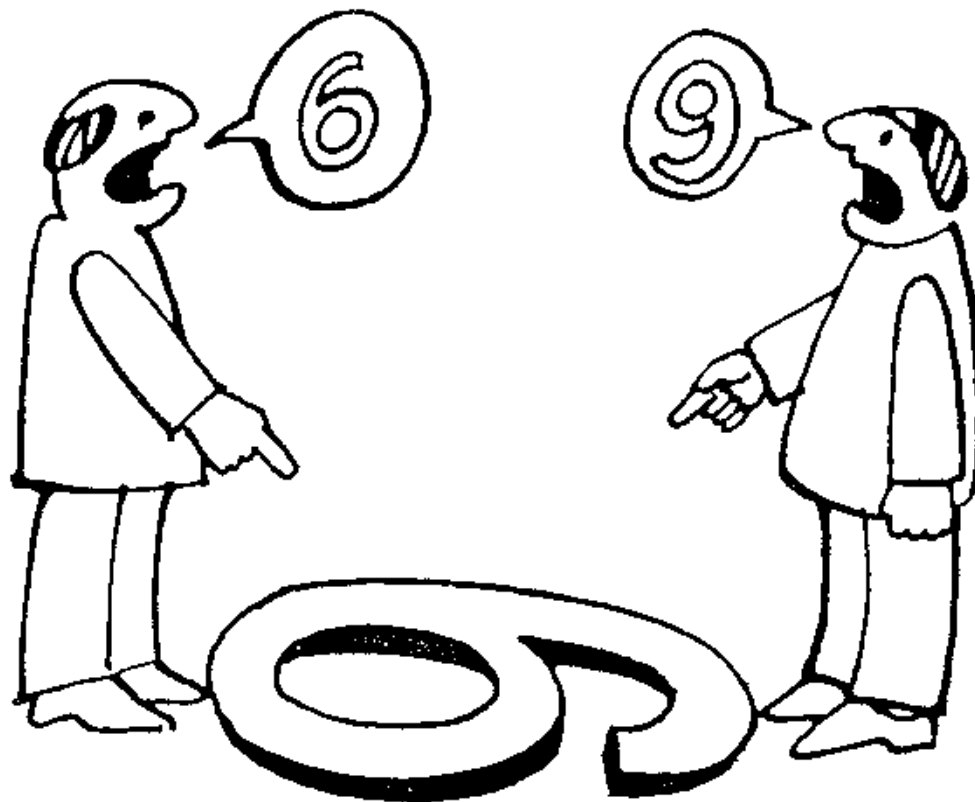
- Pourquoi ce choix de formation ?
- Pourquoi l'UCO plutôt qu'une autre université ?
- Avez-vous une expérience de la com' ?
(associative, stage, parents, internet ...)
- Qu'attendez-vous de mon intervention ?



Pourquoi ?

- Pourquoi je vous pose ces questions ?
- Qu'est ce que cela change dans votre rapport à cette conférence ?

Avoir le SENS DE L'AUTRE

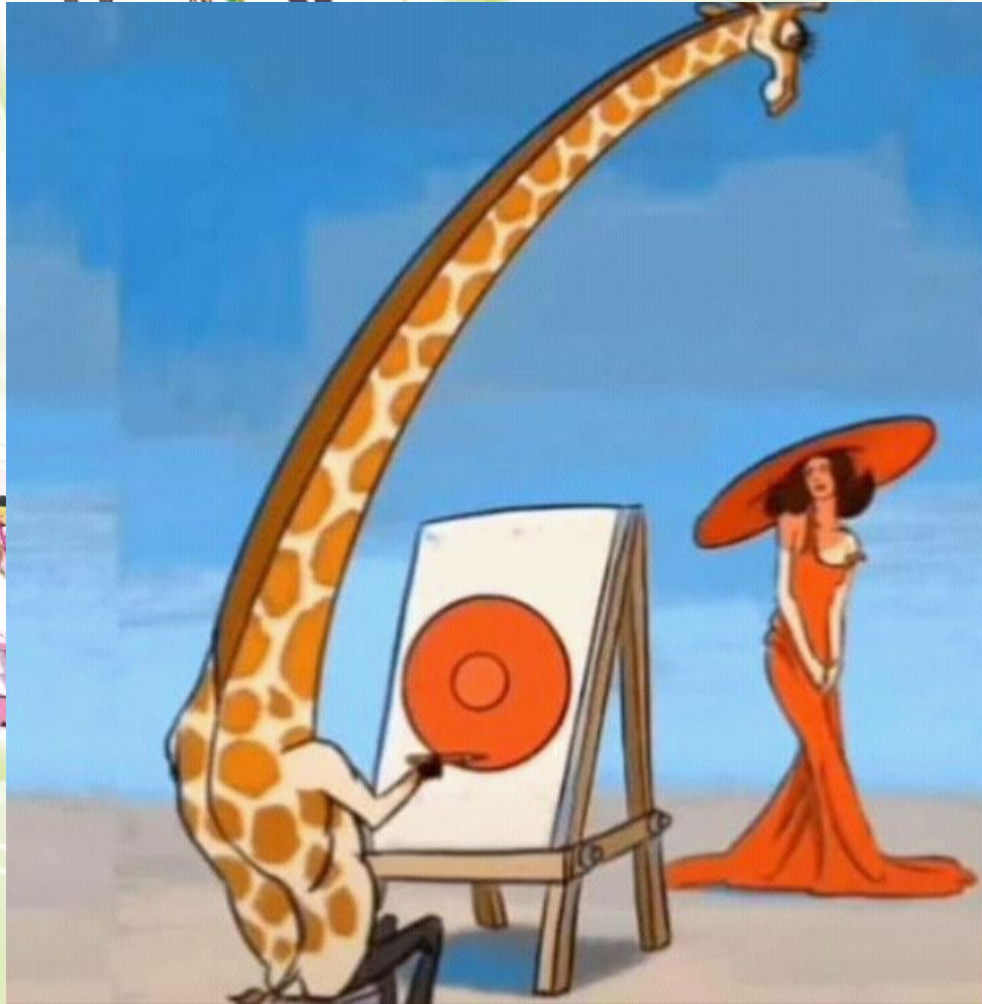


La communication et le sens de l'autre

Exemple de communication publicitaire interculturelle



**Comment comprenez-vous
cette pub ?**



**Pensez aux
CONTRAINTES
des cibles et
se DÉCENTRER**

exemples

- resto
- co-voiturage
- recherche de stage

A stylized illustration in the top left corner shows several figures in various poses, some appearing to be in conversation or gesturing, set against a light green background.

La communication et le sens de l'autre

- « *on ne peut pas ne pas communiquer* »*, autrement dit, tout est langage, tout est communication, la parole, les gestes, la posture, les vêtements, le silence ...
- Tous ces signes sont interprétés par l'autre en fonction de sa culture et des règles de cette dernière.

* cf. Grégory Bateson, anthropologue et éthologue école de Palo Alto



Les enjeux de la communication

1 - Enjeu informatif

2 - Enjeu de positionnement, d'identité

**3 - Enjeu de mobilisation et d'influence
(séduction ou pouvoir)**

4 - ENJEU RELATIONNEL

Les 4 enjeux de la communication d'entreprise

1 - Enjeu informatif

Tout d'abord, la communication d'entreprise a pour fonction l'émission, l'écoute et l'échange de messages auprès d'une ou plusieurs cibles.. Grâce aux techniques de communication (relations presse, publicité média, mailings...) les organisations peuvent diffuser à l'ensemble de leurs publics, internes et externes, des informations sur leur fonctionnement. Par exemple : annoncer le lancement d'un nouveau produit, présenter la nouvelle plateforme Intranet...

2 - Enjeu de positionnement, d'identité

La communication d'entreprise permet à la structure de se situer et de se positionner dans son environnement. Il s'agit de définir son identité et de l'affirmer par rapport aux concurrents.

Par exemple, pour la mise en place d'un produit, il s'agira de l'adapter par rapport aux contraintes, aux opportunités et aux menaces émanant de son environnement.

Les 4 enjeux de la communication d'entreprise

3 - Enjeu de mobilisation et d'influence (enjeux conatifs = possibilité d'influencer l'autre)

La communication d'entreprise a pour objectif de persuader ses interlocuteurs pour ne pas dire les manipuler. Il s'agit de séduire la cible, par exemple motiver un salarié dans son activité professionnelle, convaincre un consommateur pour qu'il achète tel produit...

Dans toute communication, l'émetteur cherche à influencer l'autre, le convaincre sur une opinion, sur un comportement, à le faire changer d'avis.

On parle d'une communication persuasive. Elle peut prendre deux voies :

- **la séduction** : qui recherche un rapport de complicité, d'attirance, de sympathie en mettant en avant les aspects relationnels
- **le pouvoir** : qui instaure un rapport de force entre les interlocuteurs (autorité, sanctions, menaces...)

Les 4 enjeux de la communication d'entreprise

4 - ENJEU RELATIONNEL

La communication d'entreprise permet de créer une cohésion sociale en interne et en externe. Il s'agira par exemple de faire adhérer la cible aux valeurs de l'entreprise. Il y a un « enjeu » d'entrer en relation, d'avoir des contacts, d'œuvrer à avoir des échanges satisfaisants par rapport à l'objectif visé, la situation de l'entreprise...

L'ambition de la communication d'entreprise vise donc à intégrer l'entreprise dans son environnement concurrentiel, à lui donner une image reconnaissable par ses publics et une identité distincte de la concurrence. En d'autres termes, la communication d'entreprise définit ce que l'entreprise est par rapport à son environnement.

Mes convictions

A photograph of a person rock climbing on a steep, brownish cliff face. The climber is shirtless and wearing dark pants, with a harness and gear. The background shows a vast mountain range under a clear sky. The text 'Mes convictions' is overlaid in the top left corner.

Avoir ENVIE de faire les choses et se faire PLAISIR
De l'AUDACE pour oser prendre des risques
Avoir CONFIANCE en soi et le soutien de sa famille
Être curieux et en VEILLE sur différents domaines

Les compétences du communicant

DIRCOM Chef d'orchestre : compréhension stratégique et connaissance des acteurs



**Chargé.e de communication opérationnel : la polyvalence
« couteau suisse »**

Les compétences du communicant

Maîtriser :

- La stratégie de communication – **DONNER DU SENS** – un objectif à votre communication (fidéliser, pub, fédérer...) – définition de sa **PLATEFORME DE MARQUE**
- La méthodologie, des techniques et des outils de la com' (print et digital) au **SERVICE de la STRATEGIE**
- **MESURER L'EFFICACITÉ** de ses actions de com' : ROI via KPIs (indicateurs de performance)
- La **CONNAISSANCE DES INTERVENANTS** la chaîne graphique (print et digital) d'un projet de communication

Les compétences du communicant



**Ouverture d'esprit – curiosité – originalité – innovation –
rigueur & anticipation - organisation :**
« sortir de sa zone de confort » citation d'Eric Groud (ancien président de la CCI de Maine-et-Loire)

Les techniques de la com'



- La communication interne
- Les relations presse (médias)
- La communication événementielle
- La communication de crise
- La communication publicitaire
- Mécénat et parrainage / sponsoring
- La communication financière
- La communication de sensibilisation

Est-ce que la com' est utile ?

La communication est un outils qui vise à atteindre un objectif (lobbying, publicité, fédérer les équipes, changer les pratiques...)

La communication est NEUTRE
À vous de choisir le domaine ou l'entreprise qui correspond à vos valeurs ! (exemple entreprises RSE, [the great place to work...](#))



Il ne faut pas amalgamer le lobby privé et les bénévoles engagés des ONG !
L'édito politique Thomas Legrand

Les métiers qui recrutent en com' ?



Les métiers du numérique / digital

([source cadre dirigeant magazine](#)) :

- 1 – Chargé de communication *on line*
- 2 – Responsable éditorial web
- 3 – Journaliste *on line*
- 4 – *Community manager*
- 5 – Consultant e-réputation
- 6 – Digital planner
- 7 – Directeur artistique web
- 8 – Webdesigner
- 9 – consultant en Stratégie digitale
- 10 – Web marketeur
- 11 – community manager

Les domaines ([source orientation pour tous](#)) :

Le marketing, le lobbying, communication financière (banque et assurance)...

La force de la langue :

La pratique d'une langue Uk, chinois, allemand autres... ouvre beaucoup plus de poste en communication en France et à l'international. Dans le tourisme, les affaires...

Les métiers de la communication

Le chef d'orchestre

- Dircom
- directeur.trice publicitaire
- directeur.trice RH (com' interne)
- directeur.trice Marketing
- directeur.trice Webmarketing

- Chargée de communication
- Chargée de projet événementiel
- Chargée des relations publiques
- Chargée de relations presse / médias

- Média planner
- Planner stratégique
- Agent artistique
- Assistant chef de produit
- Assistant marketing
- Chargé d'études
- Chargé de production

Conception / fabrication

Digital / web

- Community manager
- Webdesigner
- Webmaster
- Designer UX (user experience)
- Rédacteur
- Vidéaste / Movie maker

Print / com' traditionnelle

- Graphiste
- infographiste
- Illustrateur.trice
- Maquettiste
- Imprimeur / fabricant

Médias

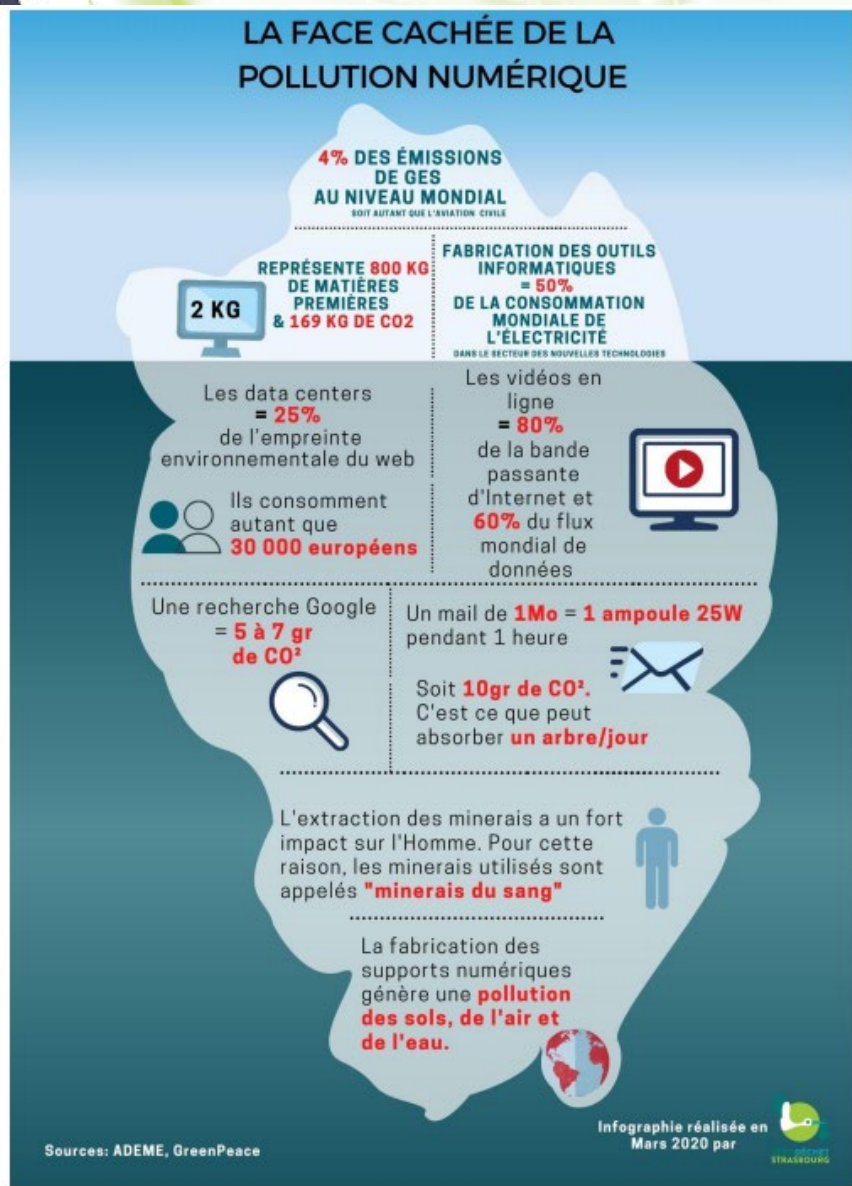
TV / presse écrite / affichage / cinéma / radio

- Acheteur d'art et TV producer
- Acheteur d'espaces publicitaires (régis pub)
- Journaliste / reporter
- Photographe
- Animateur
- Designer sonore
- Agent technique d'affichage
- Chef d'équipe d'exploitation
- Cadreur
- Ingénieur son
- Scénariste
- Chargée de diffusion

Quel lien entre l'écologie et la com' ?

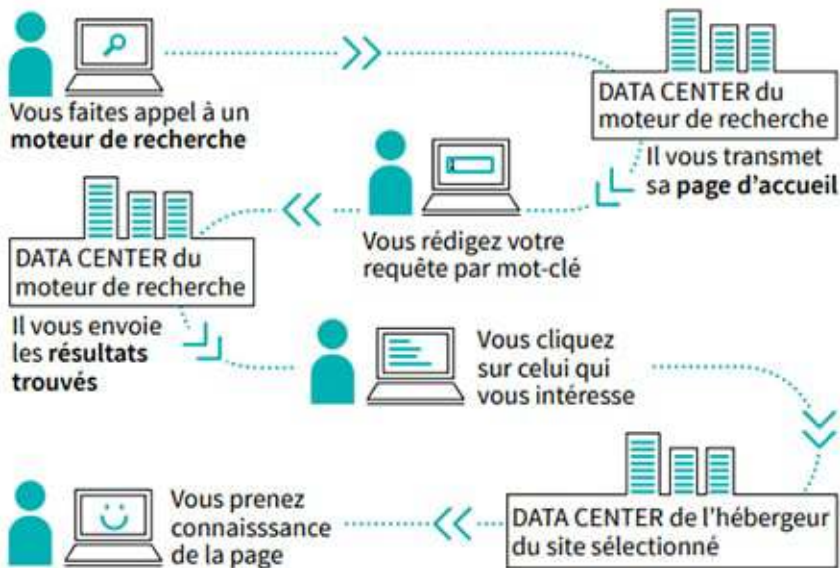


Quel lien entre l'écologie et la com' ?



Le digital une menace pour la planète

LA REQUÊTE WEB : COMMENT ÇA MARCHE ?



L'ENVOI D'UN MAIL : COMMENT ÇA MARCHE ?



SOURCE : La Face cachée du numérique - ADEME

Le numérique représente environ **10% de la consommation électrique dans le monde** (source [KAPT](#))

Les menaces sur notre métier

Publicité dans les boîtes aux lettres : il est devenu illégal de déposer des prospectus publicitaires dans votre boîte aux lettres depuis le 1er mai 2022

STOP PUBLICITÉ

La députée des Deux-Sèvres Delphine Batho a déposé le 11 février 2020 à l'Assemblée nationale une [proposition de loi](#) se proposant d'interdire « *toute forme de publicité numérique et lumineuse dans l'espace public* ».

*Est-ce qu'il y aura encore du marketing dans un monde à +3° ?
([article Eric Rémy et Roux Dominique IAE de rouen 2022](#))*

Les bonnes pratiques

DONNER DU SENS – on parle de la responsabilité sociale de l'entreprise (organisation) – marketing solidaire, durable, communication éco-responsable.

Être **EFFICACE** dans ses actions – ne pas faire de la **communication de masse**

Être **AUTHENTIQUE** dans son discours – ne pas faire de **green washing**

Être **ECONOME** dans ses pratiques – le digital oui mais avec des technologies moins gourmandes – ciblage efficace

Les étapes de la communication

1. **Ecoute du client** (*comprendre sa problématique*)
2. **Analyse et audit image de son environnement** (SWOT concurrent, marché, zone géographique, forces et faiblesses...)
3. **Proposer une stratégie de communication qui répond à la problématique** (objectif, positionnement, cible, message)
4. **Mettre en action la réflexion à travers un plan de communication** (techniques, vecteur et moyens de com. Planning)
5. **Analyse des retombées** (KPIs / ROI retour sur investissement)

QUOIQUE TU RÊVES D'ENTREPRENDRE, COMMENCE-LE.
L'AUDACE A DU GÉNIE, DU POUVOIR, DE LA MAGIE.

GOETHE



PSYCHOLOGIES



Agence conseil en Communication et en Formations

2, chemin de la Noirette - 49320 Les Alleuds

Contact : Alexis Desjeux : 06 31 45 32 60 - Tél. 02 41 47 02 75

e-mail : contact@desjeuxcreations.fr

Site : www.desjeuxcreations.fr



Suivre notre actualité :

Site web (Flux RSS) www.desjeuxcreations.fr/actualites-rss

Réseaux sociaux



<https://twitter.com/desjeuxcreation>

<https://www.facebook.com/desjeuxcreations/>

<https://www.linkedin.com/in/alexis-desjeux-26b70923>