

	Up ! Enhanced Management	Première édition
	7 La communication 7.9 La communication interne	http://www.up-comp.com contact@up-comp.com

- **La mise en avant des personnages clés.**
Par exemple, un article est rédigé chaque semaine dans le but de faire connaître un personnage clé ou une fonction clé de l'entreprise qui pourrait être méconnue. Lorsque le personnage clé est un dirigeant, l'effet est de montrer l'exemple à suivre.
- **La revue de presse.**
Il s'agit de compiler les articles de presse où l'entreprise, ses produits ou ses hommes sont cités. L'objectif est de montrer l'entreprise dans son environnement de façon transparente.
- **Les opérations de communication.**
Il s'agit de rappeler les principales manifestations en cours ou à venir concernant les offres de produits et de services ou l'entreprise. Un feed-back sur les opérations passées est également mentionné.
- **La communication sociale.**
Nous y retrouvons :
 - **Les offres de mobilité.**
Il s'agit de communiquer les annonces de création de poste ou de disponibilité en vue de susciter des propositions spontanées soit en interne soit par recommandation. L'objectif est de motiver les individus face au changement potentiel.
 - **La boîte à idées.**
Il s'agit de recueillir les suggestions soit d'amélioration des offres ou des conditions de travail, soit d'économie de coût. L'objectif est de développer l'esprit entrepreneurial.
 - **La boîte à sondage.**
Il s'agit de recueillir le sentiment du personnel de façon informelle face à des grands choix de société. L'objectif est de mesurer l'adéquation du personnel à la politique sociale, voire à la politique générale de l'entreprise, en vue au besoin de modifier la communication institutionnelle interne.
 - **Les annonces classées.**
Il peut s'agir de bourse d'échange ou des actions du **Comité d'entreprise (CE)**.
 - **La boutique.**
Pour une entreprise fabriquant des produits de grande consommation, il s'agit de permettre aux employés de les acquérir à des tarifs attractifs en quantité limitée.
- **L'organisation.**
Nous y retrouvons :
 - **L'organigramme.**
Il s'agit de présenter le découpage organisationnel de l'entreprise et les principaux responsables de chaque division, département et service.
 - **L'annuaire.**
Il s'agit de répertorier tous les contacts – employés, clients et fournisseurs – dans la limite de la confidentialité.
- **Le Plan Qualité.**
Nous y retrouvons :
 - **Les modèles de document.**
Nous y retrouvons tous les modèles de documents officiels ainsi que les notices expliquant comment les utiliser, les remplir et où les conserver.
 - **Les processus.**
Il s'agit de répertorier tous les processus de l'entreprise de la sorte que chacun sache comment travailler, avec quoi et avec qui.