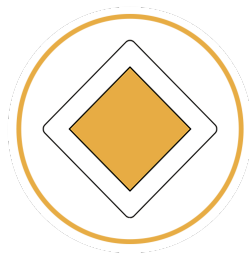


# **4 règles pratiques pour Gagner du temps dans votre communication interne.**

---

**Grâce au Code Com'©**



# Sommaire

---

## **Intro**

Le vrai du faux de la communication interne.

## **Chapitre 1**

Disposer d'une structure de communication interne.

## **Chapitre 2**

Adapter sa communication à sa culture d'entreprise.

## **Chapitre 3**

Contextualiser, la clé d'une bonne communication.

## **Chapitre 4**

Écouter, la base de la communication.

## **Conclusion**

Pour améliorer sans tarder votre communication



**Le Code Com'© vous offre :**

**4 règles pour mieux communiquer au quotidien.**



# Introduction

---



**Le vrai du faux  
de la  
communication  
interne.**

# Introduction

## Le vrai du faux de la communication

| Une perception limitée de la communication interne.

*« La communication interne, c'est pour les grandes entreprises »,*

**FAUX.** On sait aujourd'hui que c'est à partir de 20 collaborateurs que la communication interne se complexifie. Ce nombre peut descendre si les collaborateurs travaillent sur plusieurs sites ou bien s'ils sont mobiles.

**Toutes les entreprises sont concernées par la communication interne, les moyens mis à disposition ne sont simplement pas les mêmes.**

*« La communication interne, c'est avant tout des outils de diffusion »,*

**FAUX.** Les outils sont une des nombreuses variables qui contribuent à une bonne communication. De plus, ils changent au fur et à mesure de la vie de l'entreprise. Ils ne peuvent donc être le point de départ de votre réflexion.

**Trop souvent, on constate qu'implémenter un nouvel outil de diffusion complexifie la communication à défaut de la simplifier.**

# Chapitre 1

---



**Disposer d'une  
structure de  
communication  
interne.**

# Disposer d'une structure globale de communication interne.

## Le vrai du faux de la communication

| Il n'existe pas qu'une seule communication interne.

Puisque la communication interne représente l'ensemble des informations qui circulent dans votre entreprise, il est très important pour y voir clair de la structurer.

Vous y verrez plus clair et dans votre organisation, et serez en mesure d'adapter votre diffusion que cela soit le mode utilisé (oral/ écrit ou visuel) ou bien le moment choisi.

Il existe – en réalité - non pas une mais cinq communications internes à distinguer :

- **La communication stratégique**  
*Toutes les annonces liées à la stratégie de l'entreprise.*
- **La communication opérationnelle**  
*Tous les échanges liés à la productivité de l'entreprise.*
- **La communication Règlementaire**  
*Tous les messages liés à une réglementation interne.*
- **La communication institutionnelle**  
*Toutes les actualités de l'entreprise.*
- **La communication Quotidienne**  
*Toutes les interactions qui ne parlent pas du travail.*



# Chapitre 2

---



**Adapter sa  
communication à  
sa culture  
d'entreprise.**

# Adapter sa communication à sa culture d'entreprise

## Votre communication interne est unique

**Votre communication interne ne peut être générique.**

Votre culture d'entreprise traduit naturellement votre unicité. Il est essentiel que votre communication interne en soit le reflet.

C'est pour cette raison qu'il est intéressant de prendre du recul sur ces habitudes internes, notamment en communication.

Il arrive que certaines entreprises « n'aiment pas » communiquer. Dans ce cas, aucun intérêt de sur-communiquer, mais plutôt se concentrer sur une meilleure communication.

C'est pour cette raison que **la première étape pour améliorer votre communication interne est de faire le constat de vos habitudes de communication.**

**Pour se faire, reprenez chaque type de communication et analysez-les : que cela dans le temps et mode de diffusion choisis.**

Vous constaterez ainsi que certaines communications sont à conserver comme telles et d'autres sont à améliorer et d'autres à construire dans un second temps.

# Chapitre 3

---



**Contextualiser,  
la clé d'une bonne  
communication.**

# Contextualiser, la clé d'une bonne communication.

## La diffusion de votre message s'intègre toujours dans un contexte précis.

**Donner du sens, c'est rappeler pourquoi vous communiquer.**

Avant de diffuser votre information en interne, il est nécessaire en amont de lui donner du sens.

Cela signifie avant tout de rappeler le contexte qui vous a poussé à communiquer.

Votre message peut avoir notamment pour origine :

- Le contexte économique,
- Le contexte social,
- Le contexte environnemental.

***Pourquoi est-il indispensable de toujours rappeler le contexte ?***

Celui qui porte le message, celui qui communique connaît le contexte, et peut penser qu'il est inutile (et une perte de temps) de le rappeler.

Bien que souvent sous-entendu par l'information en elle-même, le contexte permet naturellement :

- **D'introduire le message,**
- **De favoriser l'écoute**
- **D'apporter un sens plus clair**
- **De préciser l'information**
- **De démontrer une volonté de transparence et de sincérité.**

# Chapitre 4

---



**Écouter,  
la base de la  
communication.**

# Écouter, la base de la communication.

## Communiquer, c'est comprendre l'autre.

| L'écoute est le prérequis à toute communication.

« La communication des organisations est le processus d'écoute et d'émission de messages et de signes à destination de publics particuliers »

*Communicator Ed. DUNOD.*

La définition officielle de la communication nous indique donc, à y regarder de plus près que **le « processus d'écoute » prévaut à celui « d'émission de messages »**.

Comme un trajet sur la route, la communication est **un aller-retour**, et ne consiste pas seulement à diffuser des informations.

En entreprise, cette notion est d'autant plus importante car elle induit ainsi un **changement profonde de notre vision de la communication interne**.

Dans nos habitudes, nous pensons trop souvent que la communication interne se limite à diffuser des messages aux équipes.

Le plus important étant pour l'ensemble des acteurs de l'entreprise à **disposer de bonnes conditions pour être en capacité, d'entendre, de comprendre autrement dit d'écouter**.

# Conclusion

---



**Pour améliorer  
sans tarder votre  
communication**



# Pour améliorer votre communication sans tarder.

## Les bases de la communication interne.

**Gagner un temps précieux en interne, c'est simple.**

### **1 - STRUCTURER.**

*Catégoriser vos messages internes qui circulent dans votre entreprise.*

### **3 - CONTEXTUALISER.**

*Donner un sens clair à l'objet de votre message grâce au contexte.*

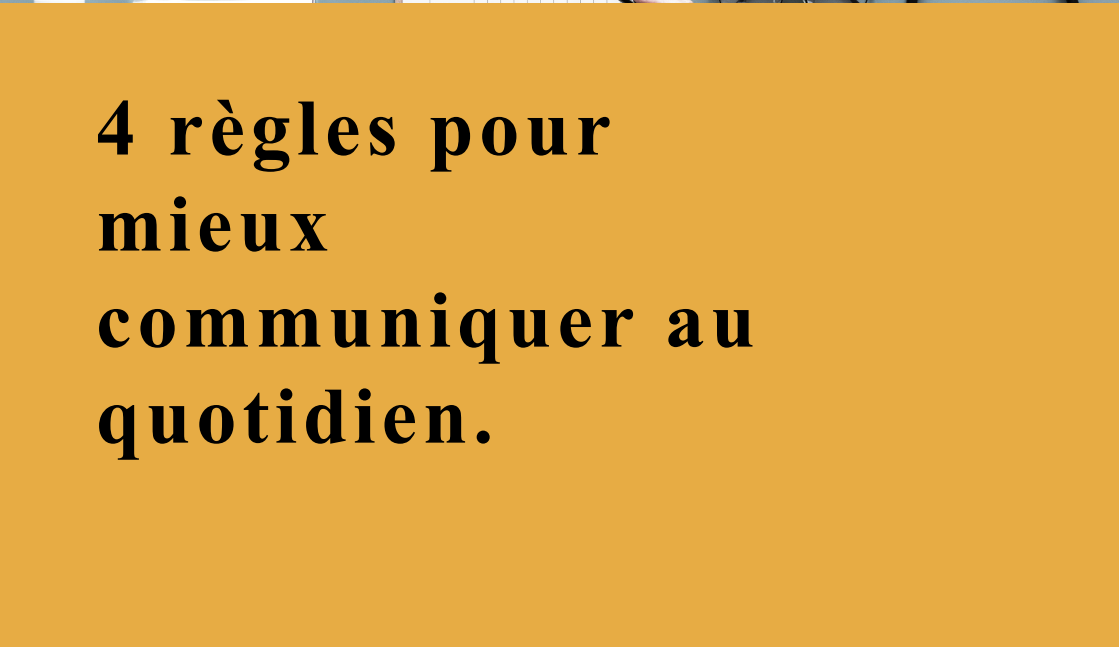
### **2 - Adapter.**

*Partir de vos habitudes pour garder une communication cohérente selon votre culture interne.*

### **4 - ÉCOUTER.**

*Apporter une environnement favorable à l'écoute, quand vous diffuser ou entendre des informations internes.*

© 2006 The Authors



3

# Le Code Com'©, pour communiquer simplement.

## Découvrez une méthode qui rend votre communication interne pragmatique.

### Un code pour communiquer facilement.

Le **Code Com'©** est une méthode inédite qui vous **apporte de la simplicité, de la régularité dans vos échanges internes.**

Reprenant les normes du Code de la route, **le Code Com'© permet aux entreprises d'être libre de communiquer de manière optimale en interne.**

Chaque acteur de l'entreprise devient un **conducteur responsable de son information tout en facilitant la compréhension du message auprès des interlocuteurs.**

Chaque entreprise dispose de son propre code.

**Le Code Com'©, une fois maîtrisé vous permet de :**

- **Gagner un temps précieux**
- **Mieux communiquer**
- **Savoir quoi dire quand vous ne voulez pas tout dire**
- **Faire accepter les décisions mêmes celle dites « sensibles »**
- **Engager vos équipes dans la durée**
- **Être bien compris de vos équipes.**
- **Eviter les tensions internes et les quiproquos.**



***Sur la route le conducteur doit d'adapter à son environnement notamment la limite de vitesse autorisée. En termes de communication, il faut également toujours commencer par contextualiser son message, avant même de l'annoncer.***

***"Dans le contexte de crise sanitaire de la COVID-19 que nous traversons, nous avons décidé de..."***

Les panneaux de vitesse au sein du Code Com'© permettent de détailler son information palier par palier (ici de vitesse). Il en existe 9 au sein du Code Com'© : la limite de vitesse s'arrêtant naturellement à 130 km/h.

Source : Code Com'©

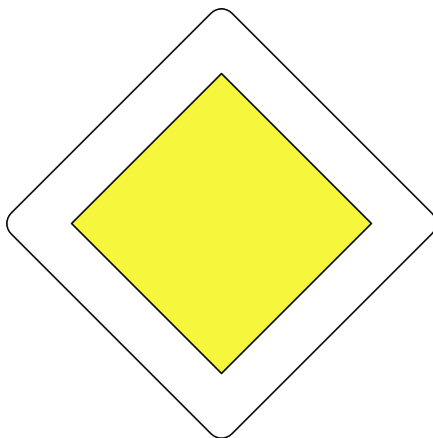


***Au quotidien dans une entreprise, : il existe des mots que nous utilisons qui ont un « sens interdit » : ce sont des ennemis de la communication.***

*Le « Oui, mais » que nous avons l'habitude d'utiliser régulièrement est un frein qui limite les échanges dans les entreprises car le "Oui, mais" sous-entend une opposition (alors que bien souvent c'est un tic de langage).*

Dans le Code Com'©, il existe pour chaque « ennemis » des alternatives « amies » qui facilitent les échanges au quotidien (les panneaux d'obligations de direction).

Source : Code Com'©



***Il existe des voies de communication  
(et donc des règles de diffusion)  
prioritaires en fonction  
des types de communication  
que vous avez en entreprise.***

*Annoncer un projet de transition digital d'ambition ne  
peut se faire autour de la machine à café avec  
quelques collaborateurs « en off ».*

Grâce au Code Com'©, en fonction de son message, on sait naturellement quelle voie attribuer sa communication et cela simplifie sa diffusion.

Source : Code Com'©



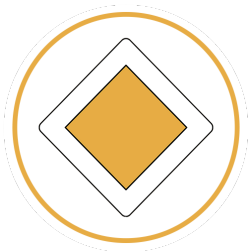
***La communication s'adapte en fonction de l'ambiance interne, autrement dit de la météo : s'il le temps est mauvais, il est dangereux que conduire comme sous un soleil magnifique... C'est pareil en communication.***

*Si vous constatez une mauvaise ambiance dans l'un de vos services, vous devez être vigilant sur la manière dont vous communiquer à vos équipes.*

Avec le Code Com'©, on apprend à ajuster ses messages en fonction de la météo interne, et particulièrement à respecter plus particulièrement les "vitesses" de diffusion.

Source : Code Com'©





# Le Code Com'©

Créé par Caroline Gélín, **le Code Com'©** se base sur les **normes du code de la route** pour simplifier la communication interne des organisations.

Le Code Com'© est **accessible à tous** et permet de comprendre **la bonne logique interne** à avoir pour l'ensemble des communications.

Aussi simple que pratique, il suffit de suivre les **6 étapes du votre itinéraire** pour vous assurer une **circulation optimale de vos informations**.

Le Code Com'© apporte **une réponse claire aux enjeux** de toutes organisations : **productivité, rentabilité, engagement, agilité**.

**Le Code Com'©, la méthode pour devenir autonome dans votre communication interne.**

**Découvrez dès maintenant l'AUTO Code Com'©**

**[www.codecom.pro](http://www.codecom.pro)**