

LA COMMUNICATION :

LES COMPETENCES, OUTILS ET METHODES NECESSAIRES POUR BIEN DISTRIBUER L'INFORMATION DANS SON ORGANISATION



Gérer la communication d'un projet consiste à s'assurer que la bonne personne à la bonne information au bon moment. Une distribution efficace de l'information repose sur la sélection des bons outils et méthodes afin d'atteindre les personnes et leur fournir l'information nécessaire pour prendre la meilleure décision.

La Communication est l'un des facteurs essentiels pour permettre aux organisations multiculturelles de fonctionner correctement. Des difficultés apparaissent lorsqu'il s'agit de faire un reporting au niveau international : il dépend fortement des processus et méthodes de transmission ainsi que de la taille et de la nature de l'audience. Comment gérer une bonne distribution de l'information et un plan de communication à l'international ? Quelles sont les compétences nécessaires et comment les développer ?

Le principe de la communication est de délivrer un message à des individus. La distribution de l'information se gère comme un projet ou le travail d'un manager. Le plan de communication doit être structuré et planifié. Il s'appuie sur la culture et l'environnement de l'entreprise et respecte les processus et les procédures qui y sont décrits.



De plus, il existe différentes manières de communiquer. La première, sur le principe d'une réunion, est la communication orale. Celle-ci peut être aussi bien formelle qu'informelle. La deuxième de par sa nature écrite est plus formelle. Elle consiste à publier des informations relatives au projet ou à l'entreprise (tels que des rapports statistiques et/ou d'analyse, des mémos...) en utilisant les espaces d'affichage prévus à cet effet. Le manager pourra finalement utiliser des médias modernes de communication permettant de diffuser plus largement et évitant toute contrainte géographique (mails, intranet, visioconférence...). Tous ces outils lui permettent donc d'organiser son plan de communication à l'international.

Par conséquent, l'utilisation de médias modernes et la définition au plus vite de la langue de communication qui sera celle des documents produits lors de la mise en place d'un plan de management de communication à l'international s'avèrent des facteurs critiques pour le succès de cette communication.

S.G POLE POWER

PRIMAFRANCE