Référentiel d'activités et de compétences des responsables de communication interne

afci

LA COMMUNICATION
AU CŒUR DES
ORGANISATIONS

Sommaire

Les mutations de la communication interne

Les savoir-être des responsables de communication interne (RCI)

Écouter et comprendre le corps social 6

Conseiller le management 7

Élaborer et faire circuler l'information 8

Développer la dynamique collective 9

Manager son équipe - Piloter la fonction 10

Missions et activités
des responsables de communication interne

Écouter et comprendre le corps social

- Assurer une fonction d'écoute informelle
- Assurer une fonction d'écoute formelle

Développer la dynamique collective

- Faire vivre et évoluer la culture interne
- Organiser le débat
- Créer des événements

Conseiller le management

- Conseiller les dirigeants
- Apporter un appui opérationnel aux managers
- Participer à la gestion de crise

Élaborer et faire circuler l'information

- Élaborer la politique d'information interne
- Piloter la réalisation du dispositif d'information interne

Manager son équipe - Piloter la fonction

- Manager l'équipe de communication interne
- Animer et gèrer le réseau des communicants
- Négocier et élaborer les budgets de communication interne
- Assurer la veille externe sur les pratiques de communication

MISSIONS ET ACTIVITÉS

Écouter et comprendre le corps social

ACTIVITÉS	CONNAISSANCES	SAVOIR-FAIRE	SAVOIR-ÊTRE
Assurer une fonction d'écoute informelle	• La théorie des organisations (approches psychosociologiques) • La connaissance de l'histoire et des métiers de son entreprise • Les techniques de recueil d'information • L'environnement syndical • Le phénomène des rumeurs	• Analyser la culture d'entreprise • Conduire un entretien non-directif • Constituer et entretenir un réseau de relations internes • Identifier les leaders d'opinion informels • Capter des signaux faibles	• Ouverture • Adaptabilité • Empathie
Assurer une fonction d'écoute formelle	• Les méthodes d'enquête et techniques de mesure d'opinion • La connaissance de l'organisation de son entreprise • L'analyse de situations sociales	• Élaborer un diagnostic de communication • Élaborer des préconisations, des recommandations • Élaborer ou valider un questionnaire • Utiliser les principes de l'échantillonnage • Lire une enquête et traiter les résultats • Identifier les prestataires et savoir travailler avec eux • Utiliser les méthodes d'animation de groupe	• Organisation • Orientation résultat • Coopération

MISSIONS ET ACTIVITÉS

Conseiller le management

ACTIVITÉS	CONNAISSANCES	SAVOIR-FAIRE	SAVOIR-ÊTRE
Conseiller les dirigeants	• Les bases de la stratégie d'entreprise • L'analyse des enjeux et des jeux d'acteurs • Les théories et méthodes de conduite du changement • Les pratiques multiculturelles	• Savoir traduire les situations en termes de communication • Amener les dirigeants à intégrer la dimension communication dans leurs décisions stratégiques • Inscrire son action dans la stratégie de l'entreprise • Élaborer des plans de communication globaux	• Influence • Diplomatie • Initiative • Empathie
Apporter un appui opérationnel aux mana-gers	• Les bases de la stratégie d'entreprise • L'analyse des enjeux et des jeux d'acteurs • Les théories et méthodes de conduite du changement • Les pratiques multiculturelles • Les rôles et missions des managers • Les méthodes et les outils de communication	• Aider les managers à repérer les acteurs des projets concernés et à percevoir les enjeux de communication • Aider les managers à concevoir et à mettre en œuvre des plans de communication adaptés à leurs projets • Proposer aux managers des outils de communication adaptés • Sensibiliser et former les managers à la communication	• Créativité • Orientation résultat • Empathie
Participer à la gestion de crise	• Les méthodes de gestion de crise • Les techniques de préparation aux situations de crise • Le fonctionnement des médias	• Intervenir dans le processus de gestion de crise en participant à l'élaboration du dispositif de communication de crise • Anticiper les réactions internes • Élaborer les messages en prenant en compte l'aspect émotionnel • Gérer la pression et le rythme	• Ouverture • Adaptabilité • Organisation

MISSIONS ET ACTIVITÉS

Élaborer et fait circuler l'information

ACTIVITÉS	CONNAISSANCES	SAVOIR-FAIRE	SAVOIR-ÊTRE
Élaborer la politique d'information interne	• Les sciences de l'information et de la communication : rhétorique, argumentation… • La connaissance de l'environnement, l'organisation et les métiers de son entreprise • La méthodologie du plan de communication • Les techniques de ciblage • Les règlements relatifs à l'information • La culture et le langage de l'entreprise / de ses différentes entités	• Faire comprendre la stratégie de l'entreprise • Concevoir un schéma directeur de l'information • Elaborer des politiques éditoriales • Mesurer l'impact de la politique d'information et des actions mises en œuvre • Stimuler les remontées d'information • Veiller à la cohérence des dispositifs	• Ouverture • Adaptabilité • Créativité
Piloter la réalisation du dispositif d'information interne	• Les techniques et les outils de communication (orales, écrites, visuelles, multimédia et événementielles) • Les techniques du "feed-back" • Les techniques journalistiques • Les techniques du secrétariat de rédaction, du suivi de fabrication	• Mettre en œuvre le schéma directeur de l'information et la politique éditoriale • Savoir créer et faire évoluer les outils • Intégrer la culture des publics internes • Savoir s'exprimer en public et rédiger • Savoir établir un chemin de fer et un rétro-planning • Mettre en place et animer des réseaux de correspondants • Savoir travailler avec les prestataires (rédaction d'un cahier des charges, choix et suivi des prestataires) • Veiller au bon fonctionnement du dispositif d'information et mesurer l'efficacité des messages et des supports	• Organisation • Orientation résultat • Coopération

MISSIONS ET ACTIVITÉS

Développer la dynamique collective

ACTIVITÉS	CONNAISSANCES	SAVOIR-FAIRE	SAVOIR-ÊTRE
Faire vivre et évoluer la culture interne	• L'histoire de l'entreprise • Le concept de culture d'entreprise • La culture de son entreprise • La socio-dynamique • Les fondements de l'éthique de l'entreprise • Le concept de « valeur d'entreprise » • Les différences dans l'approche de l'éthique selon les pays	• Explorer, faire connaître et utiliser l'histoire de l'entreprise • Analyser la culture réelle de l'entreprise (celle de son « corps social ») • La restituer aux dirigeants et aux managers • En tenir compte dans les actions de communication • Identifier les valeurs réellement partagées dans l'entreprise • Aider à la formulation des valeurs de l'entreprise et favoriser leur diffusion • Veiller à la pertinence des chartes éthiques, codes des valeurs, codes de comportement…	• Ouverture • Influence
Organiser le débat	• Les méthodes d'animation de groupes • La dynamique de groupe	• Détecter les situations dans lesquelles des débats s'imposent : sujets, moments… • Mettre en place des dispositifs d'expression permanents • Mettre en relation les individus, les réseaux…	• Ouverture • Initiative • Coopération
Créer des événements	• Les techniques de communication événementielle	• Etablir un cahier des charges • Conduire un projet • Coordonner les intervenants externes • Mesurer l'impact, analyser les résultats et capitaliser l'expérience • Gérer la pression et le rythme	• Créativité • Organisation • Orientation résultat

MISSIONS ET ACTIVITÉS

Manager son équipe - Piloter la fonction

ACTIVITÉS	CONNAISSANCES	SAVOIR-FAIRE	SAVOIR-ÊTRE
Manager l'équipe de communication interne	• Les pratiques du management d'équipe	• Recruter un collaborateur • Fixer des objectifs et évaluer la performance • Gérer des compétences et professionnaliser l'équipe • Reconnaître et sanctionner ses collaborateurs • Être un appui, un soutien, un conseil	• Influence • Initiative • Orientation résultat
Animer et gérer le réseau des communicants	• Le management des réseaux	• Définir les missions et compétences requises • Construire un réseau • Coordonner les activités du réseau • Professionnaliser le réseau (recruter, former, développer) • Internationaliser le réseau	• Influence • Organisation • Coopération • Empathie
Négocier et élaborer les budgets de communication interne	• Les pratiques de négociation • Les outils de gestion • Les bases de la gestion administrative et financière	• Élaborer un cadre budgétaire • Etablir les budgets • Gérer les budgets	• Diplomatie • Organisation • Orientation résultat
Assurer la veille externe sur les pratiques de communication	• Les principes du benchmarking	• Constituer et entretenir un réseau de relations professionnelles externes	• Ouverture • Diplomatie • Initiative

Afci, la communication au cœur des organisations

Les organisations se complexifient, les changements s'accélèrent, les outils d'information accroissent la rapidité des échanges, les attentes des salariés évoluent, l'entreprise se trouve confrontée à de nouveaux acteurs… Pourquoi et comment dans ce contexte la communication des organisations est-elle interpellée ?

Une certaine idée de la communication

Nous croyons que la performance d'une organisation est profondément liée à la qualité des relations qui s'établissent en son sein, avec ses partenaires et ses parties prenantes.

Nous croyons qu'une communication cherchant à favoriser des relations de coopération équilibrées permet aux salariés, aux dirigeants et à l'ensemble des acteurs de l'environnement d'une organisation, de partager durablement des objectifs communs.

Pour y parvenir, la fonction communication doit écouter le corps social, favoriser la circulation de l'information, développer le débat et l'expression des salariés, conseiller le management sur sa communication et développer la dynamique collective.

C'est ainsi que l'Afci conçoit et veut promouvoir la communication au cœur des organisations.

L'Afci au service de ses adhérents

Depuis sa fondation en 1989, l'Afci contribue à renforcer la place de la communication dans les organisations et à faire évoluer la fonction. Réseau de professionnels, réservoir de compétences et d'expériences, espace de réflexion et d'échanges au carrefour des évolutions de la communication des organisations, l'Afci s'est donné **3 missions :**

1

Professionnaliser

Développer les compétences des professionnels.

2

Échanger

Offrir un espace d'échange de pratiques, de veille, de réflexion dans les domaines liés à la communication.

3

Rayonner

Promouvoir la communication interne dans les pratiques de management auprès des responsables des entreprises et des organisations.

950

L'Afci réunit **950 adhérents** porteurs d'une même vision, ambitieuse, du métier de la communication interne.

afci
LA COMMUNICATION AU CŒUR DES ORGANISATIONS

Afci
67 rue de Chabrol
75010 Paris

contact@afci.asso.fr
Tél. : 01 47 07 63 01

afci.asso.fr