

1

**Connaître, écouter  
et comprendre les  
publics internes**



les activités

les savoir-faire

**Connaître les publics  
et les métiers**

- S'approprier la culture d'entreprise et les cultures métiers
- Cartographier les publics et les communautés professionnelles
- Connaître les modes de communication et d'échange du travail quotidien
- Identifier les capteurs et influenceurs internes

**Écouter et  
comprendre les  
publics internes**

- Constituer et entretenir un réseau de relations internes avec les managers et les salariés
- Capter les signaux faibles par une écoute informelle permanente
- Appréhender les ressentis en périodes de crise
- Piloter, lire et interpréter les enquêtes quantitatives et qualitatives internes et en restituer les résultats
- Recueillir visions et perceptions des salariés lors d'entretiens, de « focus groupes » et d'ateliers d'intelligence collective

**Faire de la veille**

- Articuler veille sociale interne et veille sociétale, environnementale et technologique
- Suivre les transformations de l'entreprise et des métiers
- Se nourrir d'études prospectives (entreprise, travail, économie, environnement...)

