Communication d'entreprise

Optimiser sa communication interne

4 jours (28h00) | 4,6/5 | CREA-3800119 | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 2 790 € ht

Formations Digital & Multimédia › Les essentiels de la création digitale › Communication d'entreprise

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Identifier les nouveaux enjeux et tendances de la communication interne
- Réaliser un audit de sa communication interne pour en évaluer l'efficacité et les attentes collaborateurs
- Explorer sa culture d'entreprise et en faire un levier d'engagement
- Concevoir une architecture et un plan de communication interne en adoptant une stratégie multicanale.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Travailler dans la communication.

Être en charge d'actions de communication interne.

Public concerné

Responsables et chargés de communication interne, DRH.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Module 1 — Diagnostiquer et structurer sa communication interne

Définir le rôle et les territoires de la communication interne

- Clarifier les finalités : informer, donner du sens, favoriser le dialogue et accompagner les transformations.
- Positionner la fonction dans ses relations avec la direction, les RH, les managers et la communication externe.
- Identifier les freins : surcharge informationnelle, défiance, cloisonnement et inégalités d'accès à l'information.
- Prendre en compte la diversité des métiers, des situations de travail et des usages, au-delà des seules différences générationnelles.
- Articuler communication descendante, remontée des besoins et échanges transversaux.
- Situer les apports de l'IA et les conditions d'une utilisation pertinente.

Exercice pratique : *cartographier les missions et les interlocuteurs de la communication interne dans son organisation. Identifier les responsabilités à clarifier et les principales difficultés à résoudre.*

Auditer les pratiques et recueillir les besoins

- Explorer la culture de l'organisation et ses pratiques réelles de circulation de l'information.
- Recenser les supports, les canaux, les rendez-vous et les circuits de validation.
- Évaluer leur utilité, leur complémentarité et leur accessibilité, notamment pour les collaborateurs sans poste informatique.
- Analyser l'organisation du travail : ressources, délais, coordination et rôle des relais internes.
- Recueillir les attentes par des entretiens, des questionnaires et des groupes d'échange.
- Croiser les données d'usage avec les retours qualitatifs.
- Hiérarchiser les points forts, les irritants et les besoins non couverts.

Exercice pratique : *construire une grille d'audit et un guide d'entretien. À partir d'un cas fourni ou de son organisation, formuler un diagnostic et sélectionner trois priorités.*

Concevoir une architecture de communication cohérente

- Traduire le diagnostic en orientations : écouter, expliquer, dialoguer et faire ensemble.
- Définir le rôle de chaque canal et réduire les doublons.
- Organiser les échanges entre communication institutionnelle, communication managériale et initiatives des équipes.
- Définir les principes éditoriaux : clarté, proximité, régularité et cohérence des messages.
- Prévoir des modalités de contribution et de retour vers les collaborateurs.
- Identifier les outils à conserver, à faire évoluer ou à expérimenter.
- Formaliser une gouvernance : responsabilités, validation et coordination.

Exercice pratique : *dessiner une architecture cible précisant les canaux, leurs fonctions, leurs publics et leurs responsables. Présenter ses choix et les confronter aux contraintes de l'organisation.*

Livrable du module 1 : *un diagnostic synthétique et des orientations pour le futur dispositif.*

Module 2 — Déployer et piloter son plan de communication interne

Construire un plan de communication opérationnel

- Analyser le contexte, les transformations et les enjeux prioritaires.
- Définir les thèmes de communication et les messages associés.
- Segmenter les publics selon leurs besoins, leurs métiers et leurs conditions d'accès à l'information.
- Formuler des objectifs précis : connaissance, compréhension, participation ou appropriation.
- Choisir les actions et les canaux adaptés à chaque objectif.
- Prévoir les ressources, le budget, les responsabilités et le calendrier.
- Articuler rendez-vous réguliers, temps forts et communication liée à l'actualité.
- Formaliser un plan lisible et exploitable par les équipes.

Exercice pratique : *construire un plan sur six mois à partir du diagnostic du module 1. Détailler une action prioritaire : objectif, public, message, dispositif, budget et calendrier.*

Choisir des outils qui facilitent l'information et la participation

- Comparer les usages des publications, newsletters, intranets, réunions, vidéos et événements internes.
- Situer les outils de la digital workplace : réseau social d'entreprise, messagerie collaborative, plateforme d'engagement et application mobile.
- Choisir selon les besoins, l'accessibilité, les ressources et les possibilités d'intégration.
- Équilibrer les formats : écrit et oral, présentiel et distance, information et participation.
- Concevoir des dispositifs adaptés aux collaborateurs de terrain.
- Utiliser la datavisualisation pour rendre les informations complexes compréhensibles.
- Tester l'IA pour préparer des variantes de messages ou simplifier un contenu, sans transmettre d'informations confidentielles.
- Prévoir l'animation et l'accompagnement nécessaires à l'adoption des outils.

Exercice pratique : *comparer trois dispositifs à l'aide d'une grille de choix. Concevoir une séquence associant information, échange et participation autour d'un projet interne.*

Mobiliser les managers et les relais internes

- Clarifier leur contribution à l'explication des décisions et à la remontée des questions.
- Préparer des kits utiles : messages clés, preuves, questions-réponses et supports d'animation.
- Faciliter les contributions des équipes et valoriser les initiatives.

- Recueillir les objections et répondre sans éluder les difficultés.
- Organiser une boucle de retour pour montrer comment les contributions sont prises en compte.

Exercice pratique : *préparer un kit manager et simuler un temps d'échange sur un changement organisationnel. Retravailler les messages à partir des questions soulevées.*

Mesurer les résultats et ajuster les actions

- Distinguer indicateurs de pilotage, d'usage et de résultats.
- Mesurer la portée, la compréhension, l'utilité perçue et la participation.
- Définir une situation de départ et des modalités de collecte réalistes.
- Compléter les statistiques par des retours qualitatifs.
- Utiliser un tableau de bord pour décider des ajustements.
- Présenter les résultats et les recommandations aux parties prenantes.

Exercice pratique : *construire le tableau de bord de son plan. Analyser des résultats fournis et proposer trois ajustements argumentés.*

Étude de cas transversale : *analyser une organisation en deux étapes — diagnostic et architecture au module 1, plan d'actions et évaluation au module 2. Le cas RECKITT peut être conservé si les supports sont disponibles et actualisés.*

Livrable final : *un plan de communication interne accompagné d'une architecture de canaux, d'une gouvernance et d'un tableau de bord.*

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

Évaluation formative.

Évaluation des acquis : quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression.

Évaluation à chaud : à la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation.

Évaluation à froid : à J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d'accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.