Communication d'entreprise

Renforcer l'interactivité de sa communication interne

2 jours (14h00) | 4,6/5 | CREA-3804519 | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 750 € 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 et évaluer les dispositifs de communication interne existants et renforcer leur interactivité.
- Renforcer l'interactivité avec les ressources du digital.
- Concevoir et développer des actions de relations publiques internes pour fédérer.
- Développer une communication événementielle interactive : faire du public un acteur.

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.

Connaître les bases de la communication interne.

Public concerné

Responsables et chargés de communication, 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

Comprendre les enjeux d'une communication interne interactive

- Distinguer information, consultation, dialogue et co-construction.
- Identifier les conditions d'une participation réelle : utilité, accessibilité, confiance et retour sur les contributions.
- Articuler les échanges entre direction, managers et collaborateurs.
- Repérer les freins : autocensure, manque de temps, surcharge informationnelle et absence de suivi.
- Relier l'interactivité aux objectifs de communication : compréhension, coopération et appropriation des projets.
- Éviter de confondre multiplication des outils et qualité du dialogue.

Exercice pratique : *analyser plusieurs dispositifs internes et qualifier le niveau de participation proposé. Identifier les freins et formuler des améliorations concrètes.*

Évaluer ses dispositifs d'échange et renforcer la participation

- Cartographier les publics internes selon leurs métiers, leurs besoins et leurs conditions de travail.
- Recueillir les attentes des collaborateurs, y compris ceux éloignés des outils numériques.
- Recenser les espaces d'échange : réunions, rencontres, publications, plateformes et communautés.
- Évaluer leur accessibilité, leur animation et leur capacité à faire remonter des questions.
- Prévoir des réponses et montrer les suites données aux contributions.
- Intégrer des occasions de « faire ensemble » dans sa stratégie de communication interne.

Exercice pratique : *réaliser la cartographie de ses publics et auditer un dispositif existant. Le retravailler pour préciser les modalités de participation, les responsables et le suivi des contributions.*

Exploiter les outils numériques pour faciliter les échanges

- Distinguer les fonctions de l'intranet, du réseau social d'entreprise et des outils collaboratifs.

- Évaluer son environnement numérique : navigation, accès, contenus, usages et complémentarité des canaux.
- Concevoir des fonctionnalités utiles : questions-réponses, contributions, espaces de projet et partage de pratiques.
- Créer une communauté de métier avec un objectif, des règles et une animation identifiés.
- Accompagner les utilisateurs et les managers dans l'adoption des outils.
- Prévenir la dispersion des échanges et la surcharge de notifications.
- Définir des indicateurs portant sur l'usage et la qualité des interactions.

Exercice pratique : *auditer un intranet à l'aide d'une grille, puis proposer en sous-groupes une évolution de son organisation et de ses fonctionnalités. Préparer un scénario d'animation pour une communauté de métier.*

Concevoir des actions de relations publiques internes

- Définir les objectifs : créer du lien, décloisonner, partager les savoirs et valoriser les contributions.
- Choisir des formats adaptés : rencontres métiers, visites croisées, échanges avec la direction, ateliers et initiatives collectives.
- Associer les collaborateurs à la conception des actions.
- Adapter les modalités aux sites, aux horaires et aux situations de travail.
- Préparer les messages, les intervenants et les conditions du dialogue.
- Organiser le suivi pour prolonger les échanges au-delà de la rencontre.

Exercice pratique : *concevoir une action destinée à rapprocher deux équipes ou deux sites. Définir le format, les participants, le déroulé, les ressources et les suites à donner.*

Créer des événements internes participatifs

- Définir la finalité de l'événement et sa place dans le dispositif de communication.
- Construire un fil conducteur et mettre les messages en scène.
- Prévoir une participation utile avant, pendant et après l'événement.
- Choisir des modalités d'intelligence collective adaptées à l'objectif.
- Préparer les animateurs et organiser la restitution des contributions.
- Anticiper les contraintes logistiques, l'accessibilité et les modalités à distance.
- Évaluer la participation, la compréhension, la satisfaction et les suites concrètes.
- Mettre les résultats en perspective avec les ressources mobilisées.

Exercice pratique : *construire le déroulé d'un événement interne comprenant une séquence participative. Tester cette séquence avec le groupe, puis définir les indicateurs et les modalités de restitution.*

Fil rouge : *transformer un dispositif de communication interne en une expérience de dialogue et de participation, de l'analyse des besoins à l'évaluation des résultats.*

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.