

The background is a light gray gradient with several realistic water droplets of various sizes scattered across it. The droplets have highlights and shadows, giving them a three-dimensional appearance. The main title is centered in the upper half of the page.

STRATÉGIES DE LA COMMUNICATION

M1 SOCIOLOGIE DE LA COMMUNICATION

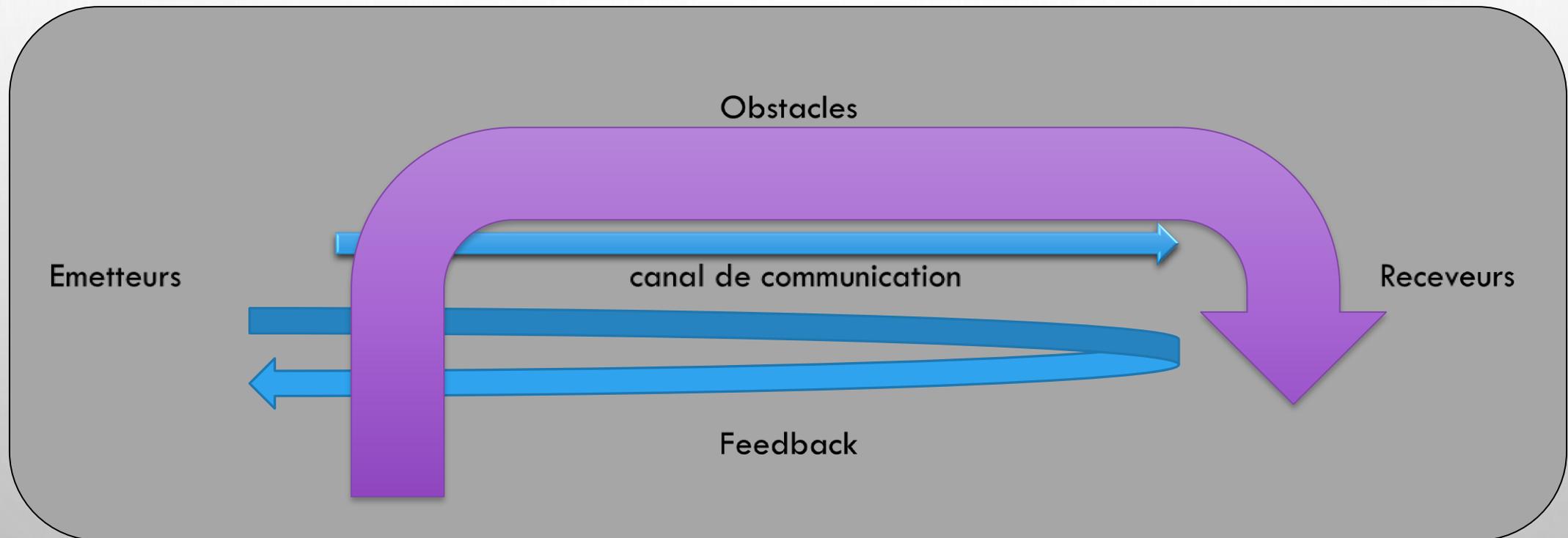
INTRODUCTION

- LA COMMUNICATION EST UNE ACTION INDIVIDUELLE ET / OU COLLECTIVE QUI VISE À RÉALISER DES OBJECTIFS BIEN DÉTERMINÉS PRÉALABLEMENT.
- C'EST UN PHÉNOMÈNE COMPLIQUÉ, QUI SUIVIT UN PROCESSUS CLAIR ET PERTINENT À SES BUTS.
- LA COMMUNICATION EST L'UN DES FACTEURS CRUCIAUX QUI PEUVENT FAIRE OU DÉFAIRE UN PROJET.
- LA COMMUNICATION EST UN ÉLÉMENT ESSENTIEL DE TOUT ENVIRONNEMENT CAR ELLE FACILITE LA CIRCULATION DE L'INFORMATION.

STRATÉGIE DE COMMUNICATION

- LA COMMUNICATION EST L'ÉCHANGE D'INFORMATIONS ENTRE UN EXPÉDITEUR ET UN DESTINATAIRE. AUPARAVANT, VOUS N'AVIEZ À VOUS SOUCIER QUE DE LA FAÇON DONT VOUS COMMUNIQUEZ EN FACE À FACE OU SUR PAPIER. LA TECHNOLOGIE A COMPLÈTEMENT CHANGÉ CELA. IL EST IMPORTANT QUE LES GENS PRENNENT EN COMPTE TOUS LES ASPECTS DE LA FAÇON DONT ILS TRANSMETTENT L'INFORMATION. C'EST LÀ QUE LES STRATÉGIES DE COMMUNICATION ENTRENT EN JEU. LES STRATÉGIES DE COMMUNICATION SONT LES MODÈLES DE LA FAÇON DONT CES INFORMATIONS SERONT ÉCHANGÉES.

LA COMMUNICATION EST UN ACTE EXERCÉ QUOTIDIENNEMENT PAR PLUSIEURS PERSONNES, GROUPES SOCIAUX ET ORGANISATIONS.



DÉFINITIONS

- LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION EST UN PROCESSUS MENÉ PAR L'EMETTEUR AFIN DE RÉALISER SES OBJECTIFS BIEN DÉTERMINÉS PRÉALABLEMENT.
- C'EST UNE PLANIFICATION QUI VISE À METTRE EN ACTION UN ENSEMBLE D'OPÉRATIONS POUR ATTEINDRE UN OBJECTIF.
- C'EST UNE FAÇON D'ORGANISER ET DE S'ORGANISER POUR RÉALISER UN OU PLUSIEURS OBJECTIFS.
- CETTE STRATÉGIE UTILISE TOUS LES MÉCANISMES DE FONCTIONNEMENT PRÉSENTÉS DANS LE SCHÉMA CI-DESSUS.

LE CHAMP D'APPLICATION

- LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION EST UTILISÉE PAR TOUT LE MONDE ET DANS TOUS LES DOMAINES, TOUTE RELATION HUMAINE SE RÉALISE PAR LA COMMUNICATION SE QUI PROVOQUE LA NÉCESSITÉ D'UNE STRATÉGIE POUR SE METTRE D'ACCORD SUR UNE IDÉE OU UN BUT COMMUN. CELA SE FAIT DE MANIÈRE RÉFLÉCHIE ET PLANIFIÉE, SOIT D'UNE MANIÈRE SPONTANÉE.
- ON PEUT CITER QUELQUES CHAMPS D'APPLICATION:
- LA FAMILLE
- LE TRAVAIL
- L'ÉCOLE
- L'ENTREPRISE
- LA VIE POLITIQUE
- LES GROUPES SOCIAUX (GROUPES D'INFLUENCE, LES GANGS, LES FANS, ETC.)
- ETC.

LES CANAUX DE COMMUNICATION

- LES STRATÉGIES DE COMMUNICATION PEUVENT ÊTRE VERBALES, NON VERBALES OU VISUELLES. INTÉGRER TOUTES LES STRATÉGIES ENSEMBLE VOUS PERMETTRA DE VOIR LE PLUS DE SUCCÈS.
- LES STRATÉGIES DE COMMUNICATION VERBALE PEUVENT ÊTRE DIVISÉES EN DEUX CATÉGORIES DE COMMUNICATION ÉCRITE ET ORALE. LES STRATÉGIES ÉCRITES CONSISTENT EN DES MOYENS TELS QUE LE COURRIER ÉLECTRONIQUE, LE TEXTE ET LE CHAT. LES APPELS TÉLÉPHONIQUES, LES CONVERSATIONS VIDÉO ET LES CONVERSATIONS EN FACE À FACE SONT DES EXEMPLES QUI ENTRENT DANS LA CATÉGORIE ORALE.
- LES STRATÉGIES DE COMMUNICATION NON VERBALE CONSISTENT PRINCIPALEMENT EN DES INDICES VISUELS, TELS QUE LE LANGAGE CORPOREL, LES EXPRESSIONS FACIALES, LA DISTANCE PHYSIQUE ENTRE LES COMMUNICATEURS OU LE TON DE VOTRE VOIX. CES SIGNAUX NE SONT GÉNÉRALEMENT PAS DESTINÉS. CEPENDANT, IL EST IMPORTANT DE COMPRENDRE LE MESSAGE QUE VOUS ENVOYEZ. SINON, VOUS POUVEZ DIRE UNE CHOSE, MAIS LE RÉCEPTEUR EN ENTEND UNE AUTRE.
- LES STRATÉGIES DE COMMUNICATION VISUELLE PEUVENT ÊTRE VUES À TRAVERS DES PANNEAUX, DES PAGES WEB ET DES ILLUSTRATIONS. CES STRATÉGIES SONT UTILISÉES SUR LE LIEU DE TRAVAIL POUR ATTIRER L'ATTENTION ET FOURNIR DE LA DOCUMENTATION. LES RESSOURCES HUMAINES SONT TENUES D'AFFICHER CERTAINS VISUELS DANS TOUT LE LIEU DE TRAVAIL POUR SE CONFORMER AUX LOIS SUR LA SÉCURITÉ. EXAMINONS MAINTENANT QUELQUES EXEMPLES SPÉCIFIQUES DE COMMUNICATION VERBALE, NON VERBALE ET VISUELLE.

LE PLAN DE COMMUNICATION

- LE PLAN DE LA COMMUNICATION EST L'ENSEMBLE DES OPÉRATIONS PRÉPARÉ PAR L'EMETEUR AFIN DE RENDRE LA STRATÉGIE RÉALISABLE. IL CONTIENT PLUSIEURS ACTIONS QUI PERMETTENT DE RÉALISER LES OBJECTIFS ET RÉDUIRE LES COÛTS (L'EFFORT, LE TEMPS ET L'ARGENT).
- UN PLAN DE COMMUNICATION EST LA STRUCTURE QUI VOUS AIDE À CONCRÉTISER VOTRE STRATÉGIE DE COMMUNICATION.
- IL REND VOS EFFORTS EFFICACE ET DURABLE.

LES ÉTAPES D'UN PLAN DE COMMUNICATION

- DÉTERMINER LES OBJECTIFS À ATTEINDRE.
- BIEN CERNER LE CONTEXTE DE VOTRE PROJET.
- CIBLE DE LA COMMUNICATION (LA POPULATION VISÉE PAR VOTRE COMMUNICATION).
- MESSAGES ET INSTRUMENTS DE COMMUNICATION.
- PLAN D'ACTION (L'AGENDA DE RÉALISATION OU DE TRAVAIL).
- LES RAPPORT D'ACTION
- CONTRÔLE ET ÉVALUATION.
- RÉUNION-BILAN.

LES DIFFÉRENTS PLANS DE COMMUNICATION:

- PLAN SYSTÉMIQUE.
- PLAN FONCTIONNEL.
- PLAN MATRICIEL.

LES DIFFÉRENTES STRATÉGIES DE COMMUNICATION

- STRATÉGIE DE COOPÉRATION.
- STRATÉGIE DE RÉSISTANCE OU D'OPPOSITION.
- STRATÉGIE D'ÉVITEMENT.
- CES STRATÉGIES, ON PEUT LES APPLIQUER DANS TOUS LES CHAMPS DE VIE OU D'ACTIVITÉ HUMAINE.

LES DÉFIS ET LES ENJEUX DE LA STRATÉGIE DE LA COMMUNICATION:

- LA MONDIALISATION.
- LA FINANCIARISATION DE L'ÉCONOMIE.
- L'ÉVOLUTION PERMANENTE DE LA TECHNOLOGIE DE LA COMMUNICATION ET DE L'INFORMATION.
- LE DÉVELOPPEMENT DURABLE ET LA RESPONSABILITÉ SOCIALE.
- L'IDENTITÉ INDIVIDUELLE OU COLLECTIVE.