**Dimensions clés d’un plan de communication interne (tableau 6.6)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Dimension** | **Éléments clés** | **Commentaires** |
| *Message*  Quels sont les objectifs de communication poursuivis ? | * Favoriser la connaissance des enjeux essentiels de l’organisation * Informer les collaboratrices et collaborateurs sur l’activité et les développements de l’organisation * Favoriser la circulation d’informations au sein de l’organisation * Développer un partenariat social * Soutenir les valeurs de la culture d’entreprise * Contribuer au développement du climat social |  |
| *Émetteurs*  Qui est la source du message ? Qui communique ? | * Direction * Départements * DRH * Professionnel·les RH * Collaboratrices et collaborateurs * Partenaires sociaux |  |
| *Récepteurs*  Qui sont les destinataires ? | * Direction * Départements * DRH * Acteurs de la fonction RH * Collaboratrices et collaborateurs * Partenaires sociaux |  |
| *Canal*  Quel canal de communication est utilisé dans quelles circonstances, dans quels buts ? | * Canal à vertu de transport * Canal à vertu de convergence * Canal formel * Canal informel |  |
| *Décisions* *clés*  Quelles décisions clés sont associées au choix du canal de communication ? | * *Feedback* immédiat ou non * Impossibilité de corriger le message avant envoi * Impossibilité de répéter le message à la réception |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Feedback*  De quel retour de communication dispose-t-on dans l’immédiat ? | * *Feedback* immédiat explicite (réponse formelle ou informelle, accusé de réception) * *Feedback* immédiat implicite (signe d’approbation / de désapprobation, langage corporel, mention « vu ») * Absence de *feedback* |  |