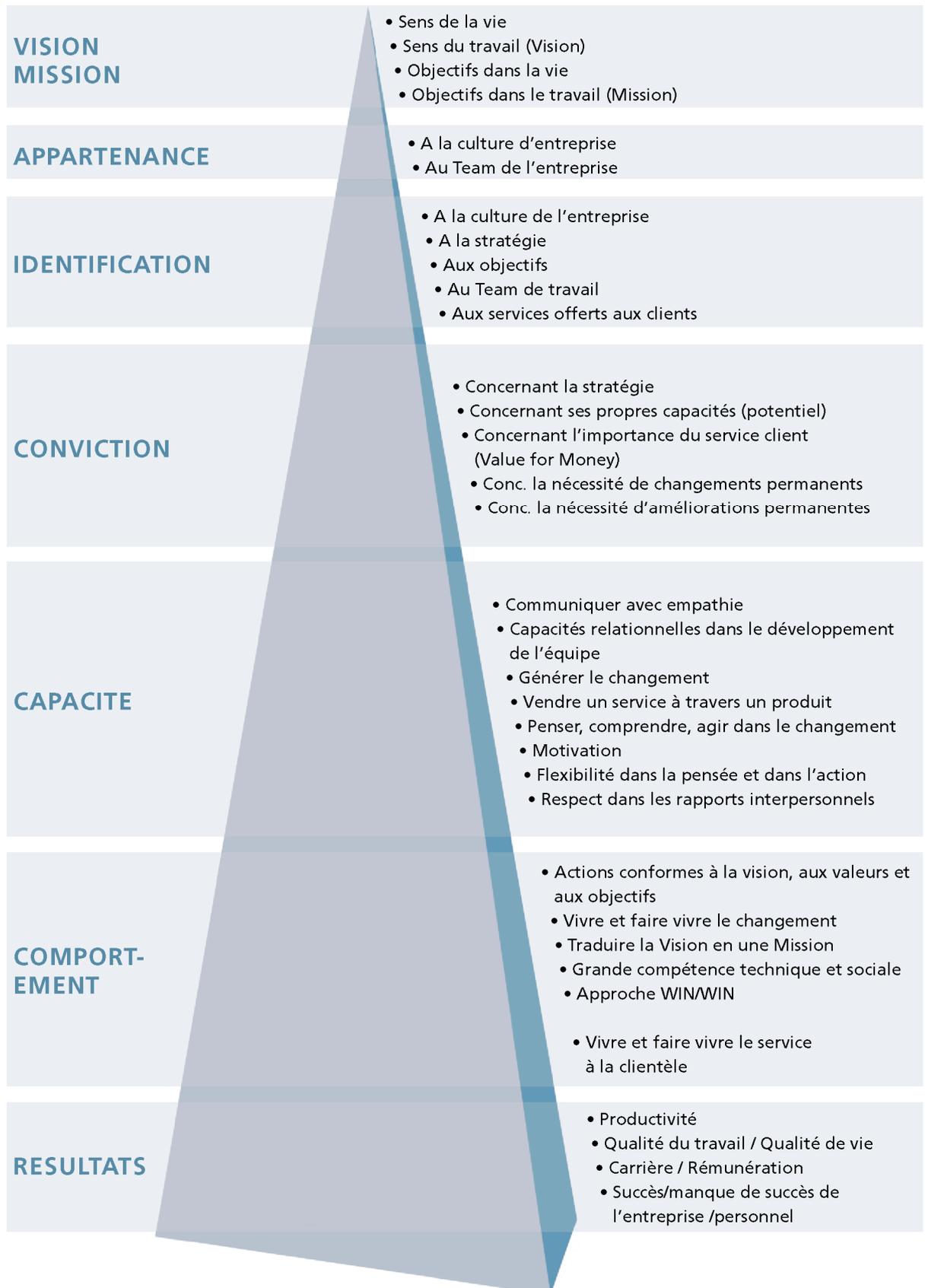




## DE LA VISION AUX RESULTATS QUELS RESULTATS VA DONNER LA PYRAMIDE DU COMPORTEMENT DANS VOTRE ENTREPRISE?





### LE RAPPORT D'ÉCHANGE

Chaque entreprise communique avec une grande et complexe variété de «publics» (stake-holders) qui demandent, chacun, une communication ad hoc.

**Non seulement le message doit être élaboré en fonction du destinataire, mais les motivations doivent être orientées en fonction de l'objectif que l'on veut atteindre. Si l'annonce d'une importante transformation au sein de l'entreprise peut être certainement une bonne nouvelle pour les actionnaires et les clients, il peut être nécessaire, par ailleurs, d'expliquer aux cadres et aux autres collaborateurs que la décision a pour but d'obtenir une augmentation des parts de marché et une amélioration des conditions de travail. En quelques mots: la communication d'entreprise doit tenir absolument compte des différentes attentes que nourrissent les différentes catégories de destinataires auxquels sont adressés les messages et doit faire tout le possible pour les satisfaire.**

C'est l'une de nos spécialités!

#### STAKE HOLDERS CERTAINES

#### POSSIBLES ATTENTES

#### ATTENTES

Actionnaires	Bénéfices Capital Gain Harmonie avec le système
Dirigeants	Pouvoir Appartenance Statut Besoin d'être acteurs Primes/encouragements
Cadres	Reconnaissances Participation Carrière Professionalisme Appartenance
Ouvriers/Employés	Sécurité Réajustement des salaires Nouvelle organisation du Travail Qualité du travail Degré de liberté/autonomie Bon management
Syndicats d'entreprise	Reconnaissance de leur rôle Information Implication Participation Statut
Fournisseurs	Protection Respect des accords Privilèges Reconnaissance des intérêts
Réseaux de vente	Qualité des produits Image des produits Ponctualité et régularité Livraisons Participation aux bénéfices

**DIALOGUE**

+

**COMPETENCE SOCIALE ELEVÉE**

+

**LEADERSHIP**