|  |
| --- |
| Réflexion 5 : Les pièges de la communication globale |
| **Durée** : 20’ | **Homme avec un remplissage uni**ou**Deux hommes avec un remplissage uni** | **Source** |

**Travail à faire**

Après avoir lu le **document**, répondez aux questions suivantes :

1. L’article évoque beaucoup l’adaptation, précisez en quoi la communication doit être adaptée ?
2. Que signifie avoir une communication cohérente ? citez des exemples à partir de votre réflexion personnelle.
3. Quels peuvent être les apports de la communication sur les réseaux sociaux ?

### Doc. Avoir une bonne communication globale

La communication globale exige une planification minutieuse, une connaissance approfondie des marchés ciblés, et une capacité à s'adapter rapidement aux retours. Éviter ces pièges peut aider une entreprise à établir une présence forte et cohérente.

La mise en place d'une communication globale comporte plusieurs pièges à éviter pour s'assurer que la stratégie soit efficace et bien accueillie. Voici quelques éléments clés à considérer :

1. **Négliger les différences culturelles :** L'un des plus grands défis de la communication globale est de respecter et comprendre les nuances culturelles de chaque marché. Les messages qui fonctionnent bien dans une région peuvent être mal interprétés ou offensants dans une autre. Il est essentiel de localiser les messages pour chaque audience tout en maintenant un thème cohérent à travers toutes les communications.
2. **Manque de cohérence :** Assurer une image de marque et un message cohérents à travers tous les canaux et les régions est crucial. Une communication incohérente peut entraîner une confusion chez les consommateurs et diluer l'efficacité du message global.
3. **Sous-estimer les ressources nécessaires :** La mise en œuvre d'une stratégie de communication globale nécessite des investissements significatifs en termes de temps, d'argent et de ressources humaines. Il est important de planifier adéquatement pour s'assurer que les efforts ne sont pas étirés trop mince.
4. **Ignorer les médias sociaux et les plateformes locales :** Les médias sociaux jouent un rôle crucial dans la communication moderne. Ne pas utiliser ces plateformes ou ignorer les plateformes populaires dans certaines régions peut limiter la portée et l'efficacité des efforts de communication.
5. **Négliger le feedback :** La communication est une voie à double sens. Ne pas écouter ou répondre aux retours des clients peut non seulement réduire l'efficacité des campagnes de communication, mais aussi endommager la réputation de la marque.
6. **Ne pas adapter les messages aux différents canaux :** Chaque canal de communication, qu'il s'agisse de médias sociaux, de courriels ou de publicités imprimées, a ses propres meilleures pratiques et attentes en matière de contenu. Les entreprises doivent adapter leurs messages à chaque canal pour maximiser leur impact.
7. **S'appuyer trop sur les traductions littérales :** Pour les entreprises communiquant dans plusieurs langues, il est tentant de simplement traduire les messages d'une langue à l'autre. Cependant, les traductions littérales peuvent manquer de nuances culturelles, ce qui rend le message moins efficace ou même incompréhensible.
8. **Ne pas avoir une stratégie de crise globale :** Dans un monde connecté, une crise dans une région peut rapidement devenir mondiale. Ne pas avoir un plan pour gérer les crises de communication à l'échelle mondiale peut entraîner des dommages significatifs à la réputation de l'entreprise.

**Réponses**

1. L’article évoque beaucoup l’adaptation, précisez en quoi la communication doit être adaptée ?
2. Que signifie avoir une communication cohérente ? citez des exemples à partir de votre réflexion personnelle.
3. Quels peuvent être les apports de la communication sur les réseaux sociaux ?