|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Réflexion 3 – Éviter les pièges de la communication institutionnelle** | | |
| Durée : 20’ | Homme avec un remplissage uniouDeux hommes avec un remplissage uni | Source |

**Travail à faire**

Après avoir lu le document, répondez aux questions suivantes :

1. En quoi le manque de cohérence peut nuire à l’institution ?
2. Quelle relation y a-t-il entre le manque de cohérence et le manque de transparence ?
3. Qu’apporte l’écoute de la société ?
4. Illustrez le cas d’une communication qui manque sa cible.

## **Doc.** Les pièges de la communication institutionnelle

Une communication institutionnelle efficace est essentielle pour maintenir une bonne image de l’entreprise et pour tisser des liens de confiance avec ses publics. Il est important d'éviter les pièges cités suivants en adoptant une communication claire, précise, adaptée, cohérente, transparente et authentique.

**1. Manque de clarté et de précision :**

* **Jargon excessif :** Utiliser un langage trop technique ou spécialisé peut exclure une grande partie de l'audience.
* **Manque de structure :** Un message mal organisé et confus peut perdre l'attention des lecteurs.
* **Imprécisions :** Des informations vagues ou inexactes peuvent nuire à la crédibilité de l'institution.

**2. Manque d'adaptation à la cible :**

* **Ignorer les besoins et les attentes du public :** Le message peut ne pas être pertinent ou intéressant pour les destinataires.
* **Utiliser un ton inapproprié :** Le ton peut être trop formel, trop informel, ou inapproprié pour le contexte.
* **Ne pas tenir compte des différents canaux de communication :** Les messages ne sont pas adaptés aux différents supports utilisés (réseaux sociaux, site web, email, etc.).

**3. Manque de cohérence et d'homogénéité :**

* **Messages contradictoires :** Des messages différents sur le même sujet peuvent créer de la confusion et de la méfiance.
* **Manque d'alignement avec les valeurs de l'institution :** Le message ne reflète pas l'identité et les valeurs de l'institution.
* **Charte graphique non respectée :** Le manque d'homogénéité visuelle peut nuire à l'image de l'institution.

**4. Manque de transparence et d'authenticité :**

* **Cacher des informations importantes :** Le public peut se sentir manipulé et perdre confiance en l'institution.
* **Utiliser un langage trop marketing :** Le message peut être perçu comme artificiel et non sincère.
* **Ne pas répondre aux critiques:** Ignorer les commentaires négatifs peut aggraver la situation.

**5. Manque d'écoute et de dialogue :**

* **Ne pas prendre en compte les réactions du public :** L'institution ne s'adapte pas aux besoins et aux attentes de ses audiences.
* **Communication à sens unique :** L'institution ne dialogue pas avec ses publics.
* **Ne pas gérer les situations de crise :** L'institution ne réagit pas de manière appropriée aux situations critiques.

**Réponses**

1. En quoi le manque de cohérence peut nuire à l’institution ?
2. Quelle relation y a-t-il entre le manque de cohérence et le manque de transparence ?
3. Qu’apporte l’écoute de la société ?
4. Illustrez le cas d’une communication qui manque sa cible.