|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Réflexion 1 – Comprendre la notion de communication globale | | | |
| **Durée** : 20’ | Homme et femme avec un remplissage uni | Une image contenant symbole, Bleu électrique, Police, Graphique  Le contenu généré par l’IA peut être incorrect. | Source |

**Travail à faire**

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

1. Selon le texte, quels sont les éléments qui composent l'image globale d'une entreprise ?
2. Pourquoi la cohérence entre les discours et les actions est-elle essentielle pour l’image d’une entreprise ?
3. En quoi la marque employeur contribue-t-elle à l’image globale de l’entreprise ?
4. Quel rôle joue l’e-réputation dans la perception de l’entreprise aujourd’hui ?
5. D’après vous, qu’est-ce qui pourrait nuire à l’image d’une entreprise même si ses produits sont de bonne qualité ?

**Doc.   Pourquoi et comment construire une image globale positive de l’entreprise ?**

*Source : ChatGPT (adapté)*

L’image d’une entreprise est une construction complexe, qui dépasse largement la simple qualité de ses produits ou services. Elle repose sur un ensemble de signaux, de comportements, d’engagements et de perceptions, qui, combinés, forment ce que l’on appelle une **image globale**. Cette image peut être un formidable levier de réussite, mais aussi, en cas de négligence, un facteur de vulnérabilité.

Construire une image globale positive, c’est d’abord s’interroger sur l’identité profonde de l’entreprise. Quels sont ses **valeurs**, sa **vision**, sa **culture** ? Ces éléments doivent être définis clairement, portés par la direction, incarnés par les collaborateurs, et visibles dans toutes les actions de l’entreprise.

L’image repose également sur la **cohérence** entre ce que l’entreprise dit, ce qu’elle fait et ce qu’elle montre. Par exemple, une entreprise qui revendique une démarche écologique mais qui néglige son impact environnemental aura du mal à convaincre. La **communication** ne peut pas se contenter d’être séduisante : elle doit être sincère, crédible et alignée sur les actes.

Un autre aspect essentiel est l’attention portée à l’**expérience client**. L’accueil physique ou téléphonique, la réactivité sur les réseaux sociaux, la qualité de la relation après-vente… Chaque point de contact avec l’entreprise contribue à façonner son image. C’est pourquoi la qualité du **service** et de l’**écoute** est un pilier fondamental de la réputation.

L’image globale est aussi fortement influencée par la **marque employeur**. Une entreprise qui valorise ses salariés, qui les forme, les écoute et les implique, renvoie une image dynamique et humaine. Cela renforce non seulement l’engagement des équipes, mais attire aussi de nouveaux talents.

Dans un monde numérique, l’**e-réputation** est un facteur incontournable. Les avis clients, les articles de presse, les publications sur les réseaux sociaux peuvent rapidement forger ou déformer l’image d’une entreprise. Une veille active, une politique de réponse adaptée, et une transparence assumée sont nécessaires pour préserver une réputation en ligne positive.

L’engagement sociétal est également un levier puissant. De plus en plus d’entreprises développent des politiques RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises), s’impliquent dans des causes sociales ou environnementales, et le communiquent avec authenticité. Ces actions renforcent leur légitimité et créent un lien émotionnel fort avec le public.

Enfin, l’image de l’entreprise est fragile. Une mauvaise gestion de crise, un scandale, une polémique ou un bad buzz peuvent l’abîmer durablement. Il est donc essentiel de prévoir des **plans de communication de crise** et de toujours agir avec intégrité et réactivité.

En résumé, construire une image globale positive repose sur une stratégie consciente, globale et cohérente. Cela demande de la rigueur, de la transparence, un véritable engagement humain et une capacité à écouter et à s’adapter. Une entreprise qui soigne son image inspire confiance, fidélise ses clients, attire des talents et renforce sa résilience face aux aléas.

**Réponses**

1. **Selon le document, quels sont les éléments qui composent l'image globale d'une entreprise ?**
2. **Pourquoi la cohérence entre les discours et les actions est-elle essentielle pour l’image d’une entreprise ?**
3. **En quoi la marque employeur contribue-t-elle à l’image globale de l’entreprise ?**
4. **Quel rôle joue l’e-réputation dans la perception de l’entreprise aujourd’hui ?**
5. **D’après vous, qu’est-ce qui pourrait nuire à l’image d’une entreprise même si ses produits sont de bonne qualité ?**