

## Chapitre 4

### Exercices

#### EXERCICE 1 – COMMUNICATION AU SEIN DE LA SOCIÉTÉ ASSURTOUT

**1. Identifiez les différentes situations de communication.**

Situation n° 1 : Appel du client

Situation n° 2 : Interrogation de la base de données

Situation n° 3 : Échange d'informations entre Armelle et Florence

Situation n° 4 : Transmission du mode opératoire au supérieur de Florence

Situation n° 5 : Transmission du mode opératoire à tout le service

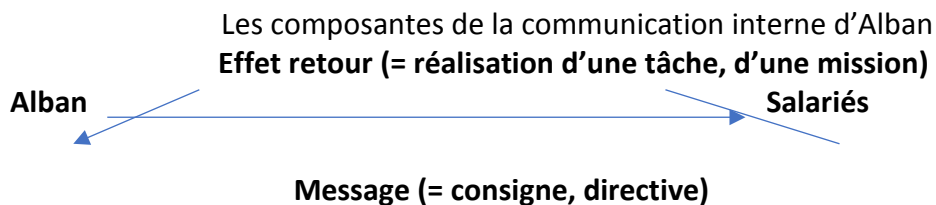
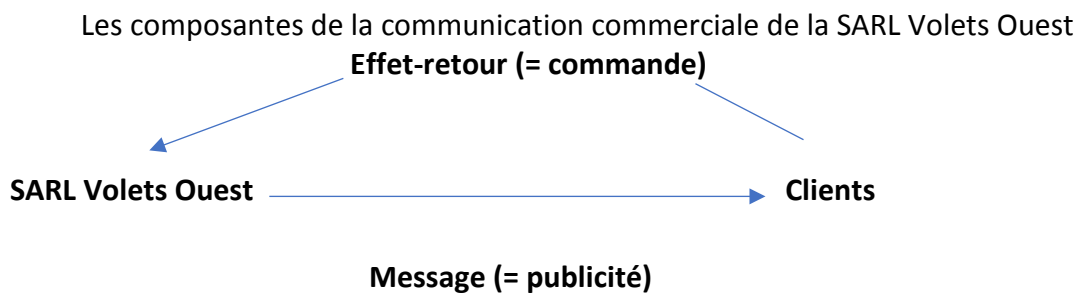
**2. Représentez chacune d'elles sous la forme d'un schéma de la communication.**

|   |   |
|---|---|
| <b>Situation n° 1</b>   |   |
| Client (Émetteur)   | Florence (Récepteur)                    |
| Déclaration de sinistre (Message)                                   |   |
| <b>Situation n° 2</b>   |   |
| Florence (Émetteur)   | Base de données (Récepteur)             |
| Recherche du numéro de client (Message)                             |   |
| <b>Situation n° 3</b>   |   |
| Florence (Émetteur)   | Armelle (Récepteur)                     |
| Demande d'aide pour utiliser la base de données (Message)           |   |
| Armelle (Émetteur)  | Florence (Récepteur)                    |
| Informations nécessaires pour utiliser la base de données (Message) |   |
| <b>Situation n° 4</b>   |   |
| Florence (Émetteur)   | Supérieur hiérarchique (Récepteur)      |
| Projet de mode opératoire (Message)                                 |   |
| <b>Situation n° 5</b>   |   |
| Florence (Émetteur)   | Tout le service contentieux (Récepteur) |

Mode opératoire (Message)

## EXERCICE 2 – ANALYSE DE LA COMMUNICATION PAR L'AGENCE COMPLUS

### 1. Présentez et illustrez les composantes essentielles de ces deux communications.



Dans les deux cas, le message va devoir être codé puis décodé pour être transmis au destinataire. Si des bruits venaient perturber ces deux étapes, alors le message risquerait d'être mal transmis et l'effet-retour obtenu ne serait pas celui attendu par la SARL Volets Ouest ni par Alban.

### 2. Identifiez les principaux enjeux de la communication interne propre à la SARL Volets Ouest.

La communication interne en cause ici concerne les relations entre Alban et ses salariés.

Cette communication présente plusieurs enjeux :

Permettre aux salariés d'adhérer à la même culture d'entreprise, facteur de motivation.

S'assurer que les tâches ou missions réalisées correspondent aux attentes des clients, afin d'obtenir le chiffre d'affaires souhaité.

Coordonner la communication nécessaire entre les salariés, mais également à l'égard des clients et des fournisseurs, pour obtenir les résultats attendus.

### 3. Énumérez les éléments sur lesquels l'agence Complus devra attirer l'attention d'Alban pour que ce dernier améliore sa communication en interne.

Une communication efficace est une communication qui permet d'obtenir l'effet-retour attendu.

Pour cela, les points d'attention sont :

- la pertinence de l'information transmise dans le message : s'assurer qu'elle répond au besoin d'information qui a été exprimé ;
- l'utilisation d'un référentiel commun lors du codage et du décodage, afin d'éviter toute déformation du message transmis ;
- la limitation des bruits qui pourraient perturber le codage, mais surtout le décodage et la réception du message transmis ;
- la prise en compte des parties prenantes à la communication, afin d'adapter la communication, le langage et le comportement au destinataire ;
- l'identification du contexte dans lequel se fait cette communication, et qui a une influence sur son interprétation.
- Tous ces points d'attention sont essentiels, aussi bien dans la communication externe à l'égard des clients que dans la communication interne à l'égard des salariés.
- Cependant, ils ne seront pas interprétés ni appliqués de la même façon pour ces deux catégories de communication.
- L'agence Complus devra attirer l'attention d'Alban sur ces différents points et les appliquer concrètement aux situations de communication difficiles.

## EXERCICE 3 – GESTION D'ENTREPRISE ET PENSÉE SYSTÉMIQUE

### 1. À partir du document ci-après, présentez en quoi la pensée systémique peut permettre à un dirigeant d'améliorer la gestion de son entreprise.

La pensée systémique permet de tenir compte du système dans son ensemble. Le dirigeant doit avoir en tête le fait que toute modification d'un des éléments de son entreprise (poste, service, mode de production, etc.) aura des répercussions sur l'ensemble de cette entreprise. Il doit appréhender ces impacts dans leur ensemble et non uniquement au niveau de la modification effectuée.

Le deuxième apport de la pensée systémique en matière de gestion d'une entreprise est de faire de l'entreprise un organisme apprenant en constant changement. Le système est soumis à des influences internes, mais également externes étant sans cesse en interactions. Ce sont ces différentes influences qui le font évoluer et le transforment.

De même, l'entreprise va évoluer et se transformer dans le temps. Il est important d'en avoir conscience pour tenir compte de ces évolutions et s'en servir dans le but d'une amélioration constante.

Le troisième apport de la pensée systémique est d'intégrer les changements dans une vision stratégique, tournée vers l'avenir et permettant une meilleure adhésion des salariés aux changements qui leur sont imposés.

Enfin, cette façon de penser pour gérer l'entreprise permet d'encourager les changements, en

multipliant les échanges d'idées et en incitant à innover de façon permanente.

## **2. Expliquez en quoi cette pensée transforme la communication professionnelle.**

La communication professionnelle ne doit pas être considérée comme un simple échange d'informations entre deux personnes. À défaut, il est difficile d'identifier les éléments extérieurs aux participants à la communication et qui ont une influence sur son efficacité.

La communication professionnelle doit être envisagée comme un système soumis à des influences diverses et qui ont pour effet de la faire évoluer.

Ainsi, la communication de l'entreprise à l'égard de ses partenaires doit évoluer régulièrement pour s'adapter aux attentes changeantes de ces derniers.

De même, la communication interne à l'égard des salariés doit évoluer en fonction des attentes de ces derniers, de la situation de l'entreprise sur le marché, etc.

La communication professionnelle doit être envisagée comme une stratégie de l'entreprise, afin d'être toujours la plus efficace possible.