

Atelier SUPRIO 2017 – Jeudi 9 novembre 2017, à Berne

Programme

9h00 Accueil, café et croissants

9h30

[Mot de bienvenue](#)

Jürg Dinner, président SUPRIO

La communication interne : un travail relationnel fondamental

Présentation du programme, objectif de la journée, entrée en matière

9h40

[Entrée en matière](#)

Andreas Jäggi, directeur de Perikom et maître de conférences

La communication interne : une mission centrale de l'activité entrepreneuriale

Quels sont les cinq principaux objectifs en termes d'efficacité d'une communication interne moderne et que signifient-ils pour la gestion actuelle de la communication au sein des hautes écoles ? Comment maîtriser l'énorme flux d'informations pour l'exploiter à ses propres fins ? C'est-à-dire pour conférer à son propre style de conduite une présence convaincante, tant sur le fond que sur la forme, en le rendant plus épuré, plus pertinent et plus ciblé ? Ou encore pour parvenir à une meilleure compréhension des groupes cibles et, avant tout, des collaborateurs ? Le plus souvent, les collaborateurs maîtrisent parfaitement les médias sociaux et sont dès lors considérés comme des ambassadeurs potentiels, susceptibles de jouer un rôle décisif dans l'image de l'entreprise.

10h25

[Travail de groupe I – réflexion](#)

Des objectifs d'efficacité pour le fonctionnement quotidien des hautes écoles

Évaluer les enseignements tirés de l'entrée en matière et les mettre en pratique dans le propre établissement. Quels sont les deux objectifs d'efficacité concrets que poursuit une communication interne moderne et pertinente ? Quels en sont les éléments constitutifs ? Quelles personnes pour la mettre en œuvre ?

10h50

Courte pause (30 min.)

- 11h20 [Digression I : conférence du lac de Constance](#)
Andreas Jäggi, conseiller en communication et maître de conférences
Des idées neuves venues de la région du lac de Constance
- Comment les hautes écoles de la région du lac de Constance entendent réinventer aujourd’hui leur communication interne.
- 11h25 [Travail de groupe II – débat, réflexion](#)
Mise en œuvre des objectifs d’efficacité: mesures et plan de renoncement
- Evaluation des propositions ressortant du premier travail de groupe (objectifs, effets, mesurabilité) et débat. Suggestions de mesures pour atteindre les objectifs. A quoi faut-il sciemment renoncer pour concrétiser les objectifs? Consignation des résultats par écrit.
- 11h50 [Digression II : conférence du lac de Constance](#)
Andreas Jäggi, conseiller en communication et maître de conférences
Des idées neuves venues du lac de Constance
- Le concept d’intranet est-il encore d’actualité face à une numérisation et une mise en réseau grandissantes?
- 12h05 [Étude de cas pratique I : Yammer](#)
Dr Nicole Kasielke, responsable Canaux de communication, EPF Zurich
Yammer ne suffit pas à lui seul
- Dans des organisations privilégiant la flexibilité, il est de plus en plus important d’impliquer les unités, les départements, les instituts et les groupes ainsi que d’encourager les interactions entre eux. L’exemple de l’application Yammer, support technique destiné à la collaboration interne, montre combien il est essentiel d’oser de temps à autre la nouveauté. C’est le seul moyen de multiplier les expériences qui mettent aussi en évidence les limites. En effet, il est primordial de toujours garder une bonne vue d’ensemble.
- 12h30 *Pause déjeuner (60 min.)*

13h30

[Exposé : l'intranet mobile](#)

Deborah Morling, responsable suppl. Communication interne, Fédération des coopératives Migros

Pourquoi une appli standard n'est pas toujours adaptée

Des unités organisationnelles autonomes et des groupes cibles internes qui présentent des conditions et des besoins très variés supposent la mise en place de solutions non-conventionnelles. C'est le cas de Migros qui, grâce au lancement de projets de communication audacieux en vue d'instaurer un *Social Intranet* mobile, a trouvé un juste équilibre entre évolutions technologiques et orientation stratégique de l'entreprise. Migros mise sur la communication interne et la démocratise pour tous ses collaborateurs. Les hautes écoles pourraient également travailler dans ce sens.

14h15

[Étude de cas pratique II : une communication interne adaptée aux groupes cibles](#)

Dominik Lehmann, responsable Communication, Haute école spécialisée du Nord-Ouest de la Suisse FHNW

Inside FHNW : Community Management interne

Comment faire en sorte que les 12 000 étudiants et les 3000 collaborateurs de la FHNW, répartis dans quatre cantons et neuf établissements, communiquent entre eux ? La solution a un nom: « Inside FHNW ». Il s'agit d'un service multicanal, organisé autour de thèmes et de groupes cibles, qui propose des chats, des forums et des banques de données (*push/pull*). Les cadres dirigeants sont plus abordables, les collaborateurs et les étudiants disposent d'une bonne vue d'ensemble et le Community Management, articulé autour de différentes thématiques, est encouragé de manière ciblée. Si l'initiative semble intéressante et porte effectivement ses fruits, elle a cependant été longue à mettre en œuvre. Aujourd'hui, il s'agit de maintenir le cap et d'améliorer sans cesse la solution.

14h35

[Travail de groupe III – ce qui compte pour atteindre les objectifs](#)

La communication au quotidien : entre gestion et réalisation

En plus de la concrétisation des objectifs d'efficacité définis et une planification ciblée des mesures, quels autres éléments ont aussi toute leur importance lorsqu'il s'agit de mettre en pratique, en temps opportun, les enseignements relatifs à une communication interne idéale et aux mesures possibles ? Débats, transcription en groupe et engagement mutuel, etc.

15h00

Courte pause (15 min.)

15h15

[Exposé : psychologie en matière de gouvernance, de groupes cibles et de fidélisation de la clientèle](#)

Prof. Thomas Fischer, psychologue en gouvernance, maître de conférences à la FHNW

Communiquer, c'est comprendre et gérer les liens et les relations

Les constantes évolutions technologiques et sociales amènent sans cesse à reconsidérer le travail de direction à tous les niveaux. De plus en plus, des générations – présentant des degrés de socialisation divers – sont amenées à travailler ensemble : les attentes personnelles en matière de mode de vie sont extrêmement différentes, tout comme les modèles de comportement présidant à la construction identitaire de chaque individu. Autant d'éléments qui permettront de réfléchir à l'incidence réelle de ses propres expériences et valeurs ainsi que de déterminer les enseignements que les responsables de la communication interne pourront en tirer pour mieux comprendre les groupes cibles (et aussi les clients), épauler les cadres dirigeants et être en mesure de se diriger efficacement soi-même ainsi que les membres de l'équipe confiée.

16h00

[Conclusion](#)

Jürg Dinner, président SUPRIO

16h15

Fin de l'atelier

2 octobre 2017