

Chapter two: communication 2023/2024

1. What is company communication?

Company communication is all forms of communication that an organization uses to transmit and exchange messages with the audiences involved in its development. It can be used to promote the offer to increase sales or boost brand image.

الاتصالات الشركة هي جميع أشكال الاتصال التي تستخدمها المنظمة لنقل وتبادل الرسائل مع الجماهير المشاركة في تطويرها. يمكن استخدامه للترويج للعرض لزيادة المبيعات أو تعزيز صورة العلامة التجارية.

2. Communicate: a crucial challenge for the company

The main objective of a company remains to sell its products or services. However, how can you sell if no one knows the offer exists? It is to increase the reputation of the company and convince consumers to buy that corporate communication exists.

التواصل: تحدٍ حاسم للشركة يبقى الهدف الرئيسي للشركة هو بيع منتجاتها أو خدماتها. ومع ذلك، كيف يمكنك البيع إذا لم يكن أحد يعلم بوجود العرض؟ إنه لزيادة سمعة الشركة وإقناع المستهلكين بالشراء بوجود اتصالات الشركة.

However, the success of a communication campaign depends on a strategy developed according to the needs and realities of the company. As a result, there is not a typical communication plan, it is a project that is part of an overall company strategy. Furthermore, there are several forms of communication in business, each of which must convey the same message and the same image and remain consistent with the objectives set.

ومع ذلك، فإن نجاح حملة الاتصال يعتمد على استراتيجية يتم وضعها وفقاً لاحتياجات وواقع الشركة. ونتيجة لذلك، لا توجد خطة اتصال نموذجية، بل هو مشروع يشكل جزءاً من استراتيجية الشركة الشاملة. علاوة على ذلك، هناك عدة أشكال للتواصل في الأعمال التجارية، يجب على كل منها أن ينقل نفس الرسالة ونفس الصورة وأن يظل متسقاً مع الأهداف المحددة.

Corporate communication is a very broad field, with different sub-fields, which is often divided into two large families: internal communication and external communication.

يعد الاتصال المؤسسي مجالاً واسعاً للغاية، وله مجالات فرعية مختلفة، والتي غالباً ما تنقسم إلى عائلتين كبيرتين: الاتصال الداخلي والتواصل الخارجي.

3. Internal communication

Internal communication, as its name suggests, is deployed within the company and aimed at all employees. The actions linked to this communication aim to inform staff while generating strong involvement among them. They also make it possible to raise awareness internally and create among employees a strong feeling of belonging to the company, in order to make them the first ambassadors externally.

يتم نشر الاتصال الداخلي، كما يوحي اسمه، داخل الشركة ويستهدف جميع الموظفين. تهدف الإجراءات المرتبطة بهذا الاتصال إلى إعلام الموظفين مع توليد مشاركة قوية بينهم. كما أنها تتيح رفع الوعي داخلياً وخلق شعور قوي بالانتماء لدى الموظفين للشركة، مما يجعلهم السفراء الأوائل خارجياً.

Internal communication is an excellent way to build loyalty and retain your best employees, but also to attract new talent. It makes it possible to create a friendly and fulfilling working environment for everyone, which will have the merit of stimulating social cohesion and efficiency in the company.

يعد التواصل الداخلي وسيلة ممتازة لبناء الولاء والاحتفاظ بأفضل الموظفين لديك، ولكنه أيضاً وسيلة ممتازة لجذب المواهب الجديدة. إنه يجعل من الممكن خلق بيئة عمل ودية ومرضية للجميع، والتي سيكون لها ميزة تحفيز التماسك الاجتماعي والكفاءة في الشركة.

The tools used to ensure this communication are, among others, information meetings, the internal journal, training, team building sessions, end-of-year meals, etc.

الأدوات المستخدمة لضمان هذا التواصل هي، من بين أمور أخرى، اجتماعات المعلومات، والمجلة الداخلية، والتدريب، وجلسات بناء الفريق، ووجبات نهاية العام، وما إلى ذلك.

4. External communication

External communication is a set of practices and actions that allow an organization to transmit or exchange messages with its external audiences. It has a dual function: to give visibility to the company by building a unique identity and to increase sales. Consumers, media, partners and even shareholders are among the targets of external communication, but to be more effective, the right message must be transmitted to the right audience and at the right time, all in line with the company's overall strategy. .

الاتصال الخارجي عبارة عن مجموعة من الممارسات والإجراءات التي تسمح للمؤسسة بنقل أو تبادل الرسائل مع جماهيرها الخارجية .ولها وظيفة مزدوجة: إعطاء رؤية للشركة من خلال بناء هوية فريدة وزيادة المبيعات .يعد المستهلكون ووسائل الإعلام والشركاء وحتى المساهمين من بين أهداف الاتصال الخارجي، ولكن لكي تكون أكثر فعالية، يجب نقل الرسالة الصحيحة إلى الجمهور المناسب وفي الوقت المناسب، وكل ذلك بما يتماشى مع الإستراتيجية العامة للشركة.

External communication also uses several tools, including press relations, events and public relations. Among the tools of external communication, we find in particular institutional communication (also called “corporate”), which is aimed at external audiences. But it has the particularity of being only interested in promoting the image and values of a company. When the company communicates to sell its products or services, we speak of commercial or marketing communication. These methods are essentially oriented towards consumers, but they can also concern distributors or even influencers.

يستخدم الاتصال الخارجي أيضاً عدة أدوات، بما في ذلك العلاقات الصحفية والفعاليات والعلاقات العامة .ومن بين أدوات الاتصال الخارجي، نجد على وجه الخصوص الاتصال المؤسسي (ويسمى أيضاً "المؤسسات")، والذي يستهدف الجماهير الخارجية .لكنها تتمتع بخصوصية كونها مهتمة فقط بتعزيز صورة الشركة وقيمتها . عندما تتواصل الشركة لبيع منتجاتها أو خدماتها، فإننا نتحدث عن اتصالات تجارية أو تسويقية . هذه الأساليب موجهة بشكل أساسي نحو المستهلكين، ولكنها قد تهم الموزعين أو حتى المؤثرين أيضاً.

In all cases, the tools that can be used for corporate communication are advertising, studies and audits, sponsorship, events, press relations, etc. With the advent of new technologies, new tools such as natural referencing or relationships with influencers on social networks have emerged.

وفي جميع الأحوال، فإن الأدوات التي يمكن استخدامها للاتصال المؤسسي هي الإعلانات والدراسات والتدقيقات والرعاية والفعاليات والعلاقات الصحفية وما إلى ذلك. مع ظهور تقنيات جديدة، ظهرت أدوات جديدة مثل المرجعية الطبيعية أو العلاقات مع المؤثرين على الشبكات الاجتماعية.

5. Business communication is vast...

There are other forms of business communication directly linked to management and HR management, for example crisis communication. They can be managed by the same person or by different specialists, depending on the size of the company and the sector of activity. However, good coordination between them is necessary to enable the company to effectively achieve its objectives.

هناك أشكال أخرى من اتصالات الأعمال ترتبط مباشرة بالإدارة وإدارة الموارد البشرية، على سبيل المثال اتصالات الأزمات. ويمكن إدارتها من قبل نفس الشخص أو من قبل متخصصين مختلفين، حسب حجم الشركة وقطاع النشاط. ومع ذلك، فإن التنسيق الجيد بينهما ضروري لتمكين الشركة من تحقيق أهدافها بفعالية.