



Optimiser votre communication interne



Comment utiliser le contenu visuel pour créer un environnement de travail plus productif et collaboratif



Contenu

03 / Introduction

04 / Casser la monotonie

05 / Communiquer à l'ère des open spaces
et de la mondialisation

06 / État actuel de la communication interne

07 / Quelle est l'importance du contenu visuel pour mon entreprise ?

08 / Combien les visuels peuvent-ils rapporter ?

09 / Par où commencer ?

09 / Principaux obstacles au partage de connaissances

10 / Travailler mieux et plus vite

10 / 6 idées pour commencer à utiliser les visuels dès
maintenant

11 / Démarrez en douceur

12 / Lancez-vous



Souvenez-vous, il y a cinq ans

La révolution de l’iPhone a seulement sept ans. Les tablettes et les portables commencent à remplacer les ordinateurs de bureau, les fax existent encore et l’entrée de la génération Y dans le monde du travail annonce un changement de fond. Dur à croire que seulement une demi-décennie nous sépare de cette époque. Aujourd’hui, nous passons en moyenne plus de quatre heures sur nos téléphones chaque jour et la génération Y représente une force de travail importante.

Notre manière de consommer de l’information et de communiquer a fondamentalement changé. Avec la technologie comme catalyseur, nous consommons et nous communiquons à une vitesse sans précédent. Cette évolution se reflète aussi dans les relations avec la clientèle. Les vidéoconférences et les messages instantanés remplacent les appels téléphoniques, les GIF et les émoticônes investissent les campagnes d’e-mailing. Mais de nombreuses entreprises ne parviennent pas à prendre ce virage en interne.

Résultat ? Une perte de productivité, de compétitivité, de collaboration et d’engagement des employés.

Dans ce guide, nous faisons l’état des lieux de l’environnement professionnel et nous vous montrons comment contourner les obstacles à une communication efficace au sein de votre entreprise. Nous vous aidons également à réaliser des changements simples en utilisant la vidéo, l’image ainsi que l’enregistrement et la capture d’écran dans votre stratégie de communication. Nous explorons enfin les bonnes pratiques pour encourager l’implication de vos employés, nécessaire au succès de l’entreprise.



Casser la monotonie

Nos méthodes de travail reflètent souvent nos préférences de communication en dehors de l'entreprise. Nous aimons les réponses rapides, la flexibilité et la proximité à distance. Cependant, la communication au sein de nombreuses entreprises reste extrêmement monotone. La plupart du temps, les échanges se font par le biais d'e-mails composés exclusivement de texte. Cette stratégie est aux antipodes de notre communication en dehors du travail, où nous préférons les images, les vidéos, les émoticônes et les GIF.

L'e-mail est un outil précieux mais quand il est composé exclusivement de texte, l'idée qu'il doit transmettre vient parfois à manquer de clarté. De plus, nous sommes constamment submergés d'e-mails. Le contenu visuel est plus facile à assimiler¹, améliore la productivité et booste l'engagement. Mais les entreprises utilisent deux fois plus d'e-mails composés exclusivement de texte que d'autres moyens de communication.

Un sondage de [l'Economist Intelligence Unit](#) sur les obstacles à la communication en milieu professionnel montre que :

- 31 % des membres de la génération Y utilisent la messagerie instantanée au travail tous les jours, contre 12 % des baby-boomers.
- 44 % des participants estiment qu'une mauvaise communication a un impact négatif sur le temps d'accomplissement voire la réussite d'un projet, 33 % d'entre eux considèrent qu'elle affecte le moral, 25 % l'atteinte des objectifs et 18 % les ventes.
- 60 % des personnes interrogées utilisent les e-mails tous les jours. Mais seulement 40 % d'entre elles considèrent que c'est un moyen de communication très efficace.

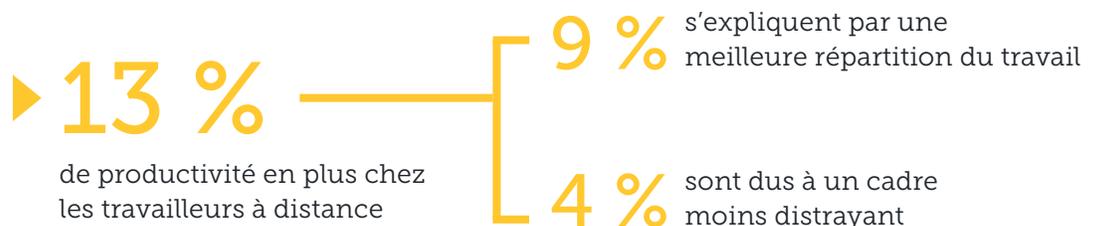
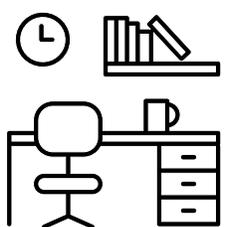
¹ <https://www.techsmith.fr/blog/reussir-ses-vidéos-de-formation-dentreprise/>



Communiquer à l'ère des open spaces et de la mondialisation

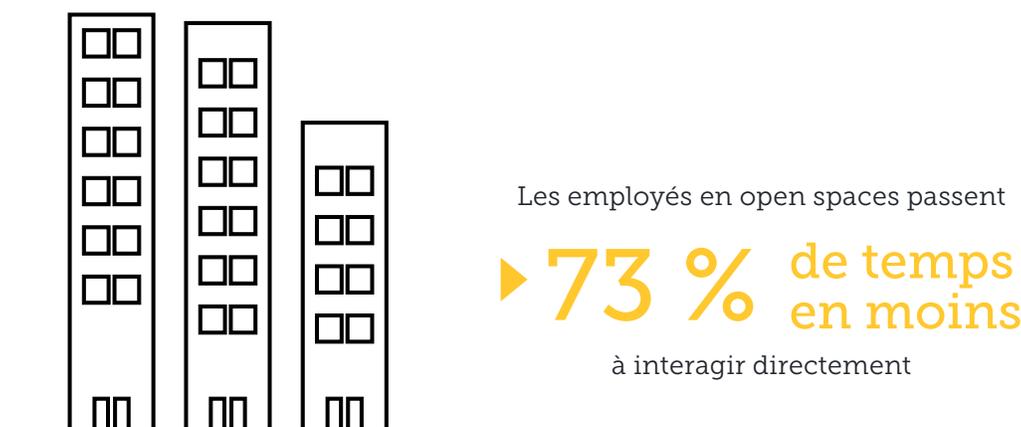
La technologie permet aux entreprises de toutes tailles d'opérer à l'échelle mondiale. Faire appel à des collaborateurs locaux ou permettre aux employés de travailler à distance présente de nombreux avantages. Mais ces transformations compliquent également la communication, notamment en raison des fuseaux horaires et des barrières linguistiques.

Une étude¹ sur deux ans menée par l'Université de Stanford montre que chez les travailleurs à distance, la productivité augmente à hauteur d'une journée complète de travail chaque semaine. Par rapport au groupe travaillant en entreprise, cela représente 13 % de productivité en plus. Parmi ces 13 %, 9 % s'expliquent par une meilleure répartition du travail et les 4 % restants par un cadre moins distrayant. Non seulement les travailleurs à distance prennent moins de pauses et d'arrêts maladie, mais ils sont également deux fois plus concentrés. Cependant, la moitié des participants a préféré arrêter de travailler à domicile après l'étude. L'explication est simple : l'isolement.



¹ <https://www.youtube.com/tubebuddy>

La performance des employés qui travaillent dans des open spaces n'est pas meilleure que celle des autres. Les bureaux sans cloison ont été conçus pour faciliter la collaboration et l'interaction entre les employés, mais l'enthousiasme initial est largement retombé. Si la collaboration est effectivement liée au succès, les espaces de travail ouverts ne favorisent pas l'échange. Bien au contraire, une récente étude² de la Harvard Business School montre que les employés en open spaces passent 73 % de temps en moins à interagir directement.

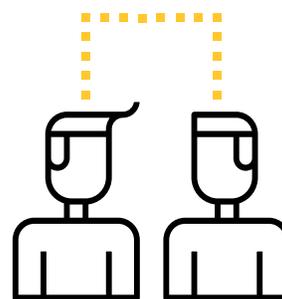


État actuel de la communication interne

Même sans employé à distance ni open space, les entreprises ont des défis de communication interne à relever. La collaboration entre les différents départements ou les interactions hiérarchiques peuvent également poser problème. Il ne suffit pas de parler la même langue et de partager des objectifs pour se comprendre sans malentendu.

En outre, de nombreuses organisations ne profitent pas du savoir-faire des experts répartis dans les différents départements. Quand un employé expert dans un domaine prend sa retraite ou change de travail, l'entreprise subit une véritable perte de connaissances due à cette « fuite des cerveaux ».

- ▶ Il ne suffit pas de parler la même langue et de partager des objectifs pour se comprendre sans malentendu.



² <https://www.techsmith.fr/didacticiel-camtasia-creer-un-didacticiel-video.html>



Quelle est l'importance du contenu visuel pour mon entreprise ?

Chaque entreprise est unique par sa taille, ses objectifs, son industrie et ses opérations. Cependant, le partage de connaissances et d'informations en interne est toujours une stratégie bénéfique. Pour favoriser cette pratique, vous devez non seulement fournir les outils nécessaires à vos employés, mais aussi faire évoluer votre manière de communiquer.

Les images : la clé d'une communication efficace. Les vidéos, les captures et les enregistrements d'écran sont très efficaces car nous intégrons mieux les messages visuels. Nous retenons seulement 10 % de ce que nous entendons après trois jours, mais ce taux de rétention grimpe à 65 % si le message s'accompagne d'un visuel pertinent. En outre, les visuels sont extrêmement polyvalents.

Habituellement réservé aux messages externes les plus importants, le contenu visuel peut pourtant être utilisé en interne dans de multiples contextes. Il est par exemple très utile pour l'intégration de nouveaux employés, le matériel de formation ou le partage de retours. Le contenu visuel représente aussi un gain de temps car notre cerveau traite l'information plus rapidement. Une image transmet un message plus clair et concis, et elle garantit aux employés une expérience globale cohérente, sans quiproquo.

Les avantages de la communication avec des vidéos, enregistrements et captures d'écran pour votre entreprise :

- un message clair et concis
- une expérience globale cohérente pour tous les employés
- un gain de temps grâce à une information transmise plus rapidement
- un message que l'on peut réutiliser dans plusieurs contextes

Avant de vous montrer comment transformer votre communication interne, analysons pourquoi cette évolution est indispensable. Notre étude intitulée « The Value of Visuals¹ » nous a montré que les entreprises ne parviennent pas à améliorer la productivité et la satisfaction de leurs employés.

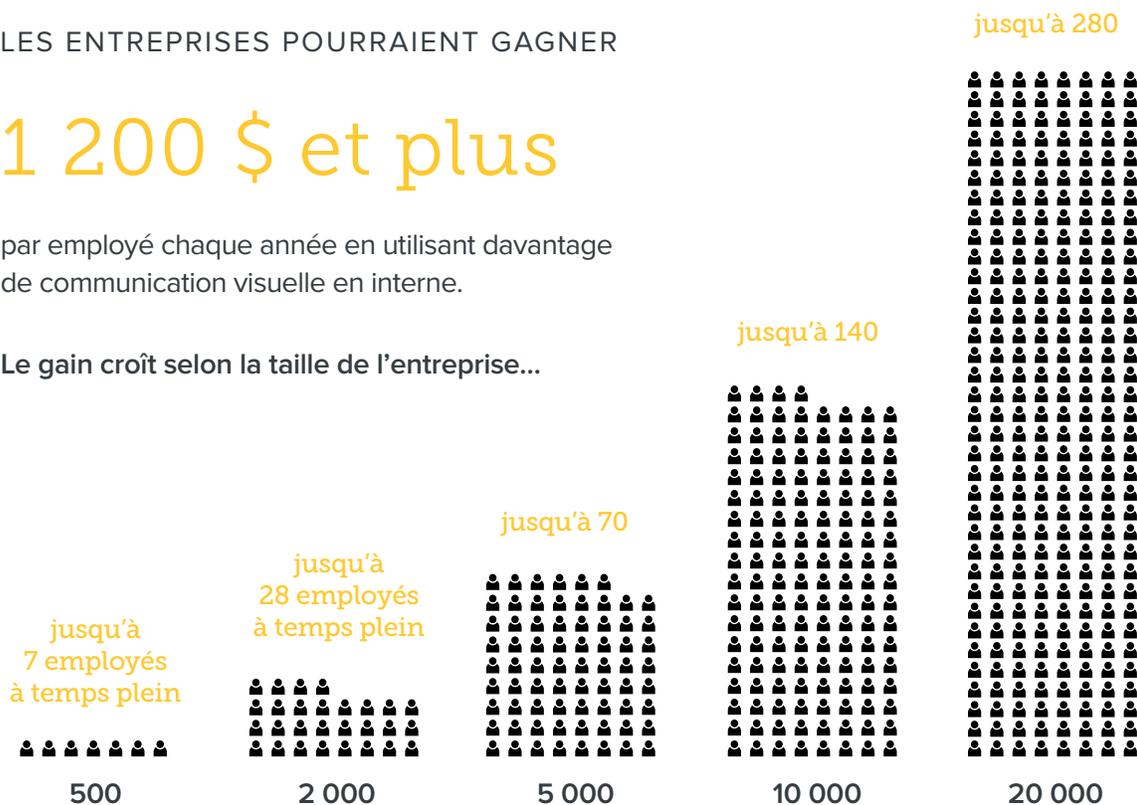
Combien les visuels peuvent-ils rapporter ?

LES ENTREPRISES POURRAIENT GAGNER

1 200 \$ et plus

par employé chaque année en utilisant davantage de communication visuelle en interne.

Le gain croît selon la taille de l'entreprise...



Votre entreprise	Vos employés
<p>Si les entreprises utilisaient efficacement la communication visuelle, le gain en productivité correspondrait à 1 200 \$ par employé chaque année.</p> <p>Pour une entreprise de 500 personnes, cela revient à avoir sept employés supplémentaires à temps plein.</p> <p>79 % des employés pensent que l'utilisation de captures d'écran ou de vidéos serait bénéfique pour leur entreprise.</p>	<p>Ils gagnent 33 minutes et 36 seconds de travail sur une semaine de 40 heures.</p> <p>Ils saisissent l'information 7 % plus vite quand le contenu est visuel.</p> <p>Les jeunes employés sont 2 fois plus susceptibles de souhaiter davantage de contenu visuel pour la communication interne.</p>

¹ <https://www.techsmith.fr/didacticiel-camtasia-creer-un-didacticiel-video.html>

Par où commencer ?

Principaux obstacles au partage de connaissances

Trois obstacles principaux empêchent la collaboration ou le partage de connaissances entre employés. Évitez ces pièges pour optimiser votre stratégie de communication. Examinons chacun d'entre eux et voyons comment les contourner.

Obstacle n°1 : c'est trop long

Investir du temps dans la création d'une vidéo, d'un enregistrement d'écran ou d'une image modifiée va souvent de pair avec une exigence de qualité. Tandis que nous regardons près d'un milliard d'heures de vidéo sur YouTube chaque jour, la volonté de perfection est effectivement plus forte que jamais. Mais toutes les vidéos ne nécessitent pas une qualité haut de gamme. Si vous êtes perfectionniste, prenez le temps de réfléchir au public de votre vidéo et au message que vous voulez transmettre. Ces deux critères permettent de déterminer le degré de perfection à atteindre. Donnez confiance à votre équipe en expliquant clairement quel type de contenu doit être haut de gamme, comme la communication externe ou les messages importants, et celui dont la création exige moins d'efforts.

Obstacle n°2 : je ne suis pas spécialiste

Se lancer dans la création de visuels peut stresser vos collaborateurs s'ils ignorent que ce type de communication est facilement accessible. En effet, la réalisation d'un premier visuel est un jeu d'enfant. La technologie a profondément bouleversé notre manière de communiquer. Avec des logiciels comme [Camtasia](#) ou [Snagit](#), vous pouvez rapidement et facilement créer puis partager des contenus visuels haut de gamme pour optimiser la diffusion de vos messages.

Obstacle n°3 : j'ignore par où commencer

Élaborer une stratégie de communication visuelle n'est pas un processus complexe. Au contraire, cela doit vous faciliter la vie. Vous pouvez utiliser les visuels de multiples manières pour améliorer la transmission de votre message. Commencez par réfléchir aux objectifs que vous voulez atteindre avec votre contenu visuel. Ensuite, confiez cette mission à vos employés et guidez-les pour démarrer.

Travailler mieux et plus vite

6 idées pour commencer à utiliser les visuels dès maintenant

Un contenu visuel pertinent peut optimiser la communication interne de votre organisation. Découvrez des cas d'utilisation standard pour vous aider à démarrer :

- 1. Vidéos d'intégration et de formation** : organiser des séances de formation chaque fois qu'un collaborateur rejoint votre organisation est chronophage. D'un autre côté, la quantité d'informations à assimiler quand on débute dans une entreprise est très importante. Facilitez l'intégration des nouveaux employés en créant des enregistrements d'écran avec commentaires pour apprendre à utiliser les programmes standards de votre organisation. C'est un procédé gagnant-gagnant : vos employés peuvent revoir la vidéo au besoin et vous gagnez du temps en évitant d'organiser des séances de formation en direct.
- 2. Déploiement et présentation de logiciel** : adoptez les captures et enregistrements d'écran pour montrer à vos employés comment utiliser de nouveaux programmes ou logiciels lors d'un déploiement en interne. Vous pouvez également apporter des réponses aux questions les plus fréquemment posées, et ainsi offrir à votre personnel des solutions faciles et réutilisables.
- 3. Webinaires enregistrés et événements en direct** : si votre équipe marketing organise un webinaire ou un événement en direct pour des clients, partagez l'enregistrement en interne afin de tenir tous les employés informés. Puisque votre équipe se donne la peine de créer du contenu, autant le rentabiliser.
- 4. Échange d'information** : mise à jour, explication, résultats ... vous avez sans cesse des informations à partager. Si ces informations proviennent d'un département spécifique, l'équipe concernée peut sans doute les communiquer plus rapidement et plus facilement.
- 5. Effet buzz** : utilisez des vidéos très attrayantes pour attirer l'attention de vos employés sur un événement, une opportunité ou une étape majeure dans l'histoire de l'entreprise. Les personnes les mieux placées pour créer le buzz sont celles qui sont également impliquées dans le scénario. Par exemple, si votre équipe de vente a atteint ses objectifs, elle souhaite probablement partager la nouvelle avec le reste de l'organisation.
- 6. Partage de retours** : faire et recevoir des retours sur des projets n'est pas toujours facile. Les équipes restent souvent dans l'attente de commentaires qui tardent à venir. Parfois, les commentaires sous forme de longs paragraphes sont équivoques. Les retours visuels permettent de réduire le temps passé à échanger des e-mails et facilitent la communication entre toutes les personnes concernées. En outre, ils facilitent et accélèrent grandement le processus d'approbation.



Démarrez en douceur

Nous conseillons à nos clients de se lancer pas à pas. Parmi vos employés, commencez par trouver les personnes talentueuses qui ont envie de prendre en charge votre communication visuelle et donnez-leur les outils nécessaires pour réussir. Quand une ou deux personnes se lancent dans la communication visuelle avec des vidéos, des captures et des enregistrements d'écran, on constate souvent un effet boule de neige. Les autres commencent à regarder les contenus et à interagir. Les collègues posent des questions pour apprendre à créer des visuels eux-mêmes. À partir de là, vous pouvez mettre en place des processus standardisés pour optimiser les contenus.

- **Étape 1** : sortez du flou. Demandez directement à vos employés comment ils préfèrent communiquer et quels obstacles s'y opposent. Avec ces informations, vous pourrez définir les objectifs et besoins spécifiques de votre organisation.
- **Étape 2** : trouvez quelques employés talentueux dont vous savez qu'ils aiment communiquer ou partager des connaissances.
- **Étape 3** : communiquez vos attentes. Expliquez clairement l'intérêt des visuels à vos employés et les bénéfices qu'ils vont en tirer.
- **Étape 4** : créez un portail de communication interne. Cet espace vous permet de réunir tous les outils et ressources d'apprentissage, avec leurs instructions et les différentes maquettes disponibles.
- **Étape 5** : encouragez vos équipes à se lancer. Propagez cette nouvelle façon de communiquer au sein de votre entreprise. Vous pouvez par exemple inciter les employés à créer une image, une vidéo ou un enregistrement d'écran tous les mois.

Lancez-vous

Adopter une nouvelle manière de communiquer est désormais à votre portée. Avec les bons outils, les connaissances nécessaires et le soutien de votre direction, vous parviendrez facilement à intégrer les visuels dans vos processus quotidiens.

Le bon moment pour vous lancer, c'est maintenant.

Inscrivez-vous à la [newsletter mensuelle de TechSmith](#) pour trouver l'inspiration directement dans votre boîte mail. À l'aide de nos articles de blog, tutoriels et guides, intégrez dès maintenant les contenus visuels à la stratégie de communication de votre entreprise.

