

Les nouveaux outils au cœur du débat

Dans le cadre de la poursuite de ses activités visant à accompagner les étudiants et les professionnels dans leur développement de compétences, Toulouse Business School (TBS) a organisé, le jeudi 18 décembre, une conférence-débat sur le thème : «L'Excellence dans la communication d'entreprise : nouveaux outils et nouvelles pratiques managériales».

«**C**ette rencontre constitue une véritable occasion pour échanger, apprendre, mais surtout débattre avec l'ensemble des intervenants des nouvelles pratiques de communication adoptées par les différentes entreprises nationales et internationales», a précisé Meryem Lahlou, modératrice et consultante-formatrice chez Compétence Plus, lors de son mot d'ouverture de l'événement. Intervenant à cette occasion, Mustapha El Haouch, responsable Multimédia et Événementiel du département Culture et Communication interne chez Inwi, a souligné l'importance pour toute entreprise, qui souhaiterait développer une

bonne réputation à l'externe, de réfléchir avant tout à sa culture en interne et de mettre en place des actions d'information, mais surtout de motivation visant à développer le sentiment d'appartenance de ses collaborateurs. Et d'ajouter que des salariés informés et motivés en interne seront des ambassadeurs de l'entreprise en externe.

De son côté, Michel Gagné, master coach en Influence et psychologue de l'humain, a mis l'accent sur l'importance de comprendre la psychologie de l'humain, qu'il soit salarié ou client, et de s'interroger constamment sur ce qui le motivera pour accepter le changement et y adhérer facilement.

Des salariés informés et motivés en interne seront des ambassadeurs de l'entreprise en externe.



L'ensemble des intervenants ont débattu des nouvelles pratiques de communication adoptées par les différentes entreprises nationales et internationales.

M. Gagné a profité de l'occasion pour mettre en lumière le concept de «l'hypnose conversationnelle», outil fondamental qui doit être pris en considération aussi bien dans les stratégies de communication interne pour fidéliser les collaborateurs que dans les stratégies de communication marketing des entreprises.

Selon la conception de l'intervenant, cet outil permet d'influencer avec intégrité le choix de son interlocuteur en agissant sur des zones de son cerveau inconscient et en détournant «le facteur critique» qui l'empêche d'écouter activement et d'accepter la nouvelle option proposée. Dans son intervention, Khalid Baddou, pré-

sident de l'Association marocaine de marketing et communication (AMMC), a surtout insisté sur l'importance des études de perception qui permettent de mesurer l'écart entre l'image voulue et l'image perçue de l'entreprise afin de mettre en place des actions correctives et commerciales en marketing notamment dans la communication de crise.

«Il existe au Maroc des cabinets de relation publique, de conseil en communication de crise avec différents niveaux d'expérience et d'expertise, quand on ne maîtrise pas quelque chose, il faut donc aller vers les professionnels pour se faire accompagner», a-t-il déclaré.

Pour sa part, Sanae Moussanif, directrice des affaires publiques chez Sanofi Maroc, a axé son intervention sur le rôle de la Responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) comme levier de la communication pour toute entreprise qui souhaite améliorer son image vis-à-vis de son environnement et de ses clients de plus en plus exigeants.

L'événement s'est clôturé par le traditionnel jeu de questions/réponses qui a donné lieu à un débat riche et fructueux sur l'ensemble des pratiques utilisées par les entreprises marocaines. ■

Nabila Bakkass

QUESTIONS À STÉPHANE ROCHARD, DIRECTEUR DE TBS CASABLANCA

«Notre engagement : former les futures générations pour améliorer le niveau de vie des étudiants»



Stéphane Rochard.

Le Matin Emploi : «L'Excellence dans la communication d'entreprise : nouveaux outils et nouvelles pratiques managériales», comment justifiez-vous le choix de ce thème pour cette deuxième conférence ?

Stéphane Rochard : Notre rôle en tant que Grande École de management en enseignement supérieur est d'apporter les derniers outils et nouvelles pratiques managériales, notamment le rôle de la communication interne et son impact sur le management et la performance de l'entreprise, l'importance des études de perception qui permettent de mettre en place des actions correctives en communication et marketing, la RSE comme puis-

sant levier de communication pour peaufiner l'image de l'entreprise et aussi, l'hypnose conversationnelle qui est un sujet d'actualité et qui nécessite d'être expliqué en tant que technique à prendre en compte également au niveau de la force de vente, raison pour laquelle nous avons pensé à un expert en Hypnose conversationnelle.

Quelle est votre lecture des efforts pour développer le volet communication au niveau des entreprises marocaines ?

Au niveau du Maroc, plus de 80% des entreprises sont des PME/TPE et donc il y a beaucoup d'efforts à mener sur ce marché. Certes, il y a eu des prises de conscience

notables pour reconnaître l'importance de la communication interne en tant qu'outil de développement, mais il faudra développer une communication cohérente dans le cadre d'une stratégie globale.

Après cette conférence, quelles sont les futures actions de TBS Casablanca en faveur des jeunes ?

Nous allons mettre en place plusieurs types d'actions cette année notamment des actions sociales (collecte de vêtements pour les plus démunis...), des ateliers de prise de parole en public, des business game pour les aider à mieux communiquer et à la prise de décisions, des cours en Développement personnel et en Coaching personnel

pour que les étudiants soient plus efficaces et aient plus de confiance en eux, des Team Building lors de la rentrée scolaire, un service personnalisé sur la recherche des stages et emplois, un forum des entreprises que nous organisons le 30 mai prochain, des rencontres régulières avec nos anciens diplômés afin qu'ils encouragent nos étudiants actuels, les aident dans leur recherche d'emploi et être toujours présent pour eux, une soirée culturelle sur l'Afrique pour tous nos étudiants et nos anciens afin de rappeler notre engagement à former les futures générations pour changer les mentalités et améliorer leur niveau de vie. ■

Propos recueillis par N.B.