



## Chapitre 12 : Comment une organisation communique-t-elle avec ses différents acteurs ?

### Travaux en demi groupe

#### Corrigé étude de cas sur la Société Générale

#### Analyser la stratégie de communication de la Société Générale



A l'aide des documents répondez aux questions suivants :

#### 1. Repérez les différentes modalités de communication mobilisées par la Société Générale.

La Société Générale mobilise différentes modalités de communication pour communiquer sur sa nouvelle signature :

- Elle utilise la communication interne pour diffuser en premier son message auprès des membres de l'entreprise
- Elle utilise ensuite la communication externe, et plus précisément la communication institutionnelle pour délivrer une image positive et communiquer sur ses valeurs auprès de ses parties prenantes externes.

#### 2. Présentez les différents supports utilisés, les cibles et les rôles de cette communication.

Supports	Cibles	Rôles
Un nouveau slogan « C'est vous l'avenir » à travers un spot publicitaire diffusé sur les écrans de télévision (de CNN à TV5 Monde)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Parties prenantes internes : salariés</li> <li>– Parties prenantes externes : clients actuels et potentiels, futurs candidats...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Rassurer les membres de l'entreprise sur le futur de leur entreprise</li> <li>– Recruter les jeunes candidats de la tech</li> <li>– Fidéliser les clients et en attirer de nouveaux, notamment des entrepreneurs</li> </ul>
Publicité dans la presse écrite	Parties prenantes externes : jeunes clients actuels et potentiels, jeunes candidats à l'embauche...	Séduire le public plus jeune avec une publicité ciblée
Site Internet dédié de la Société Générale	Parties prenantes externes : clients actuels et potentiels, futurs candidats...	Informer et partager les expériences des clients et des collaborateurs
Réseaux sociaux	Parties prenantes externes : clients actuels et potentiels, futurs candidats...	Communiquer auprès des jeunes
Affichage dans les agences de la banque, en ville et dans les transports en commun	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Parties prenantes internes : salariés</li> <li>– Parties prenantes externes : clients actuels et potentiels, futurs candidats...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Établir une relation de confiance avec les salariés</li> <li>– Séduire les futurs candidats</li> <li>– Fidéliser les clients</li> <li>– Attirer de nouveaux clients</li> </ul>

### **3. Montrez que la communication mise en œuvre par la Société Générale est globale.**

La Société Générale a mis en œuvre une communication globale en harmonisant sa communication interne et externe. Pour atteindre ses objectifs de diffusion de cette nouvelle signature de marque qui symbolise le renouveau et l'optimisme, la Société Générale a déployé sa stratégie de communication à l'échelle mondiale dans tous les métiers et toutes les filiales du groupe.

La nouvelle marque de l'entreprise est portée par un plan multimédia en France et à l'international qui vise à la fois les parties prenantes internes et externes de la banque.

### **4. Montrez que cette communication vise à améliorer l'image de la Société Générale auprès de ses parties prenantes.**

La communication a une dimension stratégique parce qu'elle permet de renforcer l'image de l'organisation qui la met en place. À travers cette communication, la Société Générale a pour ambition de diffuser un message optimiste à destination de ses salariés et du grand public. Elle souhaite ainsi améliorer son image en se montrant comme une banque ouverte, volontariste et mobilisatrice.