

BERTRAND JOUVENOT

.....

DOPEZ VOTRE STRATÉGIE DIGITALE

.....

72 fiches pratiques

INTRODUCTION

Mise en bouche

Cette recette digitale est extraite du livre *Dopez votre stratégie digitale* de Bertrand Jouvenot.

Un livre comprenant près d'une centaine de recettes digitales, destinées à vous aider à tout savoir préparer, de l'entrée au dessert, depuis la digitalisation de l'entreprise, la stratégie, le management, jusqu'à l'innovation et le produit, en passant par le marketing et à la mesure....

Découvrez ici, l'une des recettes revisitée par nous, rien que pour vous.
#DVSD

Bonne dégustation !

Bertrand Jouvenot

Le communiqué de presse interne



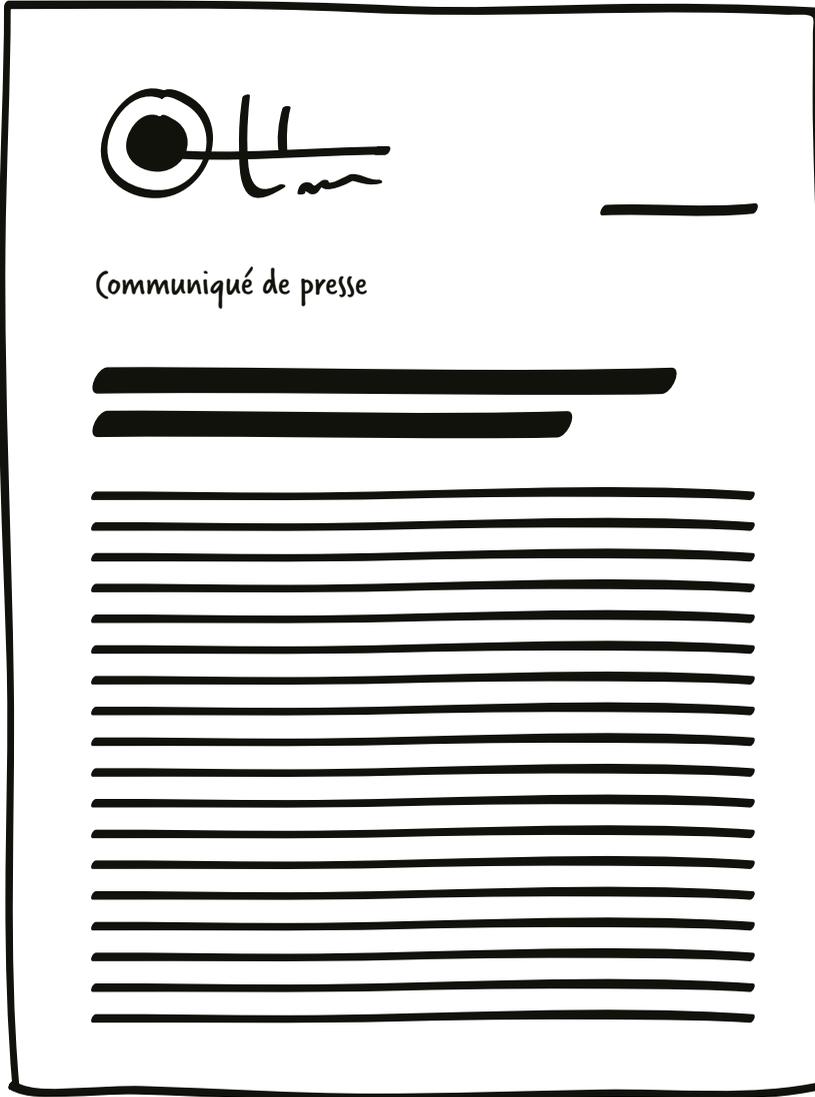
TEMPS • plusieurs semaines
NOMBRE DE PERSONNES • 20 et +
DIFFICULTÉ • ★

Présentation

Le meilleur moyen de tuer une bonne idée est de mal la présenter. L'entreprise est un écosystème qui réagit comme un corps vivant et qui donc rejette tout ce qui lui est étranger. Les idées nouvelles ne sont par conséquent pas les bienvenues, contrairement à tout ce que l'entreprise peut raconter à ce sujet.

Heureusement, le numérique est arrivé avec son lot de nouvelles pratiques comme celle du communiqué de presse interne utilisé pour valider une idée.

En un mot, tout collaborateur qui a une idée nouvelle (de produit, de diversification stratégique, de rachat d'une start-up, d'une nouvelle fonctionnalité pour la plate-forme, d'un nouveau service, etc.) la présente sous forme d'un communiqué de presse. Celui-ci est conçu comme s'il s'adressait aux journalistes si l'idée présentée avait réellement été retenue par l'entreprise, puis développée. Tout collaborateur peut donc rédiger un communiqué de presse fictif de présentation d'une nouvelle idée. Il le transmet à son *n+1* qui, à son tour, le transmet ou non à son propre supérieur... jusqu'à atteindre la personne décisionnaire et obtenir un *go* ou un *no go*.



VENDRE UNE IDÉE EN INTERNE

Un communiqué de presse en cas réel à voir sur :
www.jouvenot.com/communique-de-presse



Aspirants journalistes, si vous êtes créatifs, le digital pourrait devenir votre nouvelle salle de rédaction.

Attention

- ◆ Veillez à ce qu'un communiqué, qui circule en interne par e-mail, ne sorte pas malencontreusement de l'entreprise.
- ◆ Anticipez le fait que la traçabilité de l'idée rend plus difficile son appropriation par certains, qui risqueraient par conséquent d'être moins moteurs pour la faire valider ou même après son adoption.

Au sommaire

◇ Objectif

PERMETTRE à quiconque de proposer une idée.

GARANTIR la remontée des nouvelles idées jusqu'aux décideurs.

EXPRIMER une idée de manière synthétique et compréhensible.

◇ Contexte

Lorsque l'entreprise est en phase d'innovation, de renouvellement ou de transformation digitale.

Quand de nouvelles générations ont rejoint une entreprise ayant besoin d'évoluer.

Dans une entreprise où l'usage de l'e-mail est intense.

Préparation et mise en œuvre

◇ Étapes

- 1 Présentez la démarche aux collaborateurs en leur fournissant des modèles de ce que pourraient être leurs communiqués de presse.
- 2 Encouragez les managers à mobiliser leurs équipes.
- 3 Quand une idée a été validée, faites savoir qu'elle émane d'un communiqué de presse interne et faites éventuellement connaître son auteur.

◇ Méthodologie et conseils

- Nommez une personne qui aidera à la rédaction celles et ceux pour qui l'exercice serait difficile, mais qui ont néanmoins des idées.
- Invitez les collaborateurs transmettant le communiqué à leur propre hiérarchie, ou validant l'idée, à le faire rapidement.
- Apportez systématiquement une réponse à l'auteur de l'idée en expliquant idéalement pourquoi elle a ou n'a pas été adoptée.
- Introduisez de la ludification (gamification) avec, par exemple, le concours du département qui enverra le plus de communiqués dans l'année, cela peut dynamiser la démarche.

OBSERVATIONS

Faibles coûts (pas de prototype nécessaire).

Gain en ressources nécessaires (un collaborateur seul ou isolé peut très bien décrire une idée complète sans passer par une succession de *brainstormings*).

Gain de temps lié à la mise au point rapide du document.

Facilité de circulation en interne de l'idée (contrairement à un prototype souvent cher et fragile) y compris entre filiales.

Réduction des risques de détérioration du prototype dus à sa manipulation.

Compréhension facilitée de l'idée.

Ça vous à plus ?

Pour vous régaler encore, avec près d'une centaine d'autres recettes digitales, passez la commande

[Commander ici](#)

www.jouvenot.com

CONCEPTION GRAPHIQUE, ICONOGRAPHIE & MISE EN PAGES

nin [design & arts graphiques]

WWW.NUNDESIGN.FR

 [NUN.ARTPHOTOGRAPHIQUES](#)

 [NUN.DESIGNGRAPHIQUE](#)