
QUAND LA COMMUNICATION INTERNE EN ENTREPRISE DONNE DE LA VOIX ...



Photo de [Jason Rosewell](#) sur [Unsplash](#)

En 2015 déjà, [jeanmarclaurent.com](#) proposait aux chefs d'entreprise de communiquer auprès des salariés, en s'adressant directement à eux via des modules interviews, des podcasts dynamiques et vivants.

Avec le télétravail en constante augmentation (déjà bien

avant la crise sanitaire ne l'oublions pas) la communication interne doit s'adapter pour conserver le lien avec les collaborateurs en passant par autre chose que du mail avec pdf ou de la newsletter souvent indigeste. La communication par l'**AUDIO** prend désormais de plus en plus d'importance.

La voix rapproche, elle crée du lien, fait passer une info sans images parasites, la voix peut charmer, elle impacte, elle est réelle tout simplement, vivante et modulée.

De nos jours, les collaborateurs en entreprise sont sensibles à l'écoute du message des dirigeants et autres décideurs ou managers en interne.

Le télé-travailleur peut écouter le podcast grâce à ses équipements mobiles, en format léger, dans n'importe quelle situation.

Le directeur de communication a tout intérêt ainsi à utiliser le **VOCAL** qui rend sa communication à nouveau humaine et incarnée. Mieux que des slides, + impactant qu'un énième document en pièce-jointe, le podcast sera écouté, ré-écouté, mieux compris.

Dans une époque où le télé-travailleur est amené à devenir un collaborateur + autonome, + responsable, + performant (car télé-travailler n'est pas le fruit du hasard mais souvent issu d'une volonté ou d'une réflexion poussée) la **VOIX** en communication interne ouvre ainsi de nouvelles **VOIES** dans la manière de communiquer avec le salarié.



La récente étude réalisée par l'IFOP pour le compte de « Malakoff Médéric Humanis » dresse ce portrait du télé-travailleur en entreprise :

29% sont des salariés télé-travailleurs

57% vivent avec des enfants

34% vivent en île de France

45% ont entre 35 et 49 ans

49% appartiennent à des entreprises de + de 1000 salariés

45% sont dans le secteur des services

Au final, de nos jours, un service de communication interne a tout à gagner à utiliser l'**AUDIO** pour son message en entreprise. Il réalisera non seulement de belles économies sur son budget annuel puisqu'il ne mobilisera plus des équipes de tournages vidéos par exemple, mais surtout les créateurs de podcasts qu'il contactera, sont souvent des professionnels reconvertis - des journalistes pour beaucoup - devenus indépendants, équipés en studio mobile, et offrant des tarifs attractifs bien en deçà de ceux des agences habituelles... pour un résultat identique.

Ainsi, auprès de jeanmarclaurent.com, n'hésitez pas à faire votre demande de devis : contact@jeanmarclaurent.com

Au plaisir d'échanger et de valoriser votre message !