

La communication externe et les relations publiques

I) Définition

On appelle communication externe l'ensemble des processus de communication mis en place par une entreprise ou de toute sorte d'organisation, à destination du monde extérieur.

Les relations publiques sont fortement similaires à la communication externe. Elles font en effet référence à tout processus de communication (méthodes, techniques, etc.) établi par une entreprise, une organisation ou un individu, destiné à créer une relation bénéfique avec le public.

II) Objectifs

Construire la notoriété de l'entreprise ou de l'organisation concernée, est la principale raison d'être de la communication externe et des relations publiques. Les clients et les collaborateurs futurs se font alors leur opinion en se basant sur cette réputation.

Les relations publiques plus particulièrement entretiennent un rapport de qualité, conçu selon une stratégie ciblée, avec le public. Celui-ci comprend à la fois les salariés, les prospects, les partenaires, etc.

III) Fonctionnement

Une communication externe efficace repose sur de nombreuses actions. Citons le sponsoring, la publicité, le marketing direct, le lobbying, l'événementiel, le mécénat ou encore l'e-communication et la participation à des salons.

Les relations publiques font aussi partie intégrante de ces actions indispensables à la communication externe. Concrètement, les relations publiques regroupent les techniques de communication de projets et de promotion de l'image de marque. Les relations publiques gèrent également les informations diffusées pour à la fois séduire le public extérieur et favoriser les meilleures relations en interne.

IV) Les outils pour une communication externe réussie

De nombreux outils sont à la disposition des entreprises et organisations désireuses d'optimiser leur communication externe et leurs relations publiques :

- L'emailing (via une adresse e-mail professionnelle) ;
- Le site web professionnel et optimisé ;
- Les newsletters ;
- Les réseaux sociaux ;
- Les communiqués de presse et bulletins d'information ;
- Les conférences et repas de presse ;
- Les appels et SMS ciblés.

V) Les étapes d'une stratégie efficace

Définir les objectifs est la première étape essentielle pour une stratégie réussie de communication externe et de relations publiques. Cette étape précède largement la création du support de communication. La création du message à transmettre en dépend également. La mise en place d'un support percutant est plus évidente une fois les objectifs définis.

Ensuite, l'équipe de communication devra déterminer l'audience visée et mettre sur pied une stratégie marketing complète. Celle-ci permettra de choisir les supports les plus pertinents en tenant compte de la relation entre l'organisation et le public cible.