



Développer une stratégie de communication différenciée

Nous vous proposons, ci-contre, une série d'objectifs à vous fixer en matière de communication interne RSE, selon votre niveau de maturité.

Il est éminemment important de bien segmenter, avec les équipes RH et RSE, les différents publics à adresser car les objectifs, contenus mais aussi les porteurs de la communication seront amenés à varier fortement. Par exemple, si les équipes RH seront légitimes pour porter une communication RSE générale au "grand public interne", l'implication de spécialistes RSE est incontournable sur les communications techniques ou pour adresser les publics cibles stratégiques (ex : CODIR).



Les cibles prioritaires

3 cibles doivent être engagées en priorité :

1. L'équipe de direction de l'entreprise
2. Les personnes au coeur du projet RSE
3. Les équipes au contact des clients

A cela, s'ajoutent le grand public interne et les candidats dans une logique de promotion des actions de l'entreprise. Nous mettons à votre disposition, dans la boîte à outils, une matrice de priorisation des différentes cibles. 



Informer

- Faire connaître l'ambition et le programme RSE de l'entreprise.
- Sensibiliser sur les enjeux et les responsabilités opérationnelles.



Promouvoir

- Susciter de la fierté d'appartenance des collaborateurs.
- Renforcer le marketing RH vis-à-vis des candidats.



Engager

- Engager les équipes dans le programme RSE.
- Favoriser les initiatives et propositions internes pour perfectionner ou renforcer la démarche RSE.

