

PROGRAMME DE FORMATION

« COMMUNICATION RH STRATEGIQUE »

Objectif global :

Savoir communiquer le sens, incarner les valeurs, fédérer les équipes

Objectifs du parcours :

A la fin de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre les enjeux communicationnels inhérents à la fonction RH
- Construire un message clair et cohérent adapté aux différents publics internes
- Adopter une posture de communicant crédible, empathique et fédératrice
- Utiliser des outils et techniques de communication interne dans les principaux actes RH
- Contribuer activement à l'image employeur et à la cohésion culturelle de l'entreprise

Modalités pédagogiques :

Afin d'ancrer les apports et répondre aux modes d'apprentissage de chacun, la formation alterne :

- des apports didactiques,
- des dynamiques de groupe (brainstorm, partage de représentation)
- des phases de réflexion personnelle

Public visé :

- Professionnels RH, managers de proximité, responsables QVT/RSE, responsables communication interne, dirigeants de PME.

Pré requis d'accès à la formation :

- Pas de prérequis

Durée :

- 2 jours : 14h

Nombre de participants :

- A définir ; possibilité de formation Individuelle ou collective (8 maximum).

Modalités d'évaluation :

- Questionnaire d'autopositionnement en début de formation
- Evaluation formative tout au long de la formation.
- Evaluation sommative à l'aide d'un QCM

Formalisation de la formation :

- Attestation de formation

Dates et lieux de la formation :

A définir

Programme :

Les fondamentaux de la communication RH

- Les grandes missions de communication des RH : informer, engager, rassurer, influencer
- Les 3 dimensions clés : rationnelle, émotionnelle, relationnelle
- Les publics internes : typologies, besoins, styles de communication
- Les risques : déformation du message, résistance au changement, perte de crédibilité
- Autodiagnostic : comment je communique aujourd’hui dans mes pratiques RH ?

Construire un message RH clair et impactant

- Simplifier sans appauvrir : la règle des 5C (Clarté, Cohérence, Constance, Contexte, Connexion)
- Le storytelling au service de l’adhésion : raconter plutôt qu’annoncer
- Structurer une communication sensible (réorganisation, changement de règles, tensions internes...)
- L’art du feedback et de la reconnaissance : techniques applicables dès le lendemain

Communiquer avec les managers : partenaires ou obstacles ?

- Le manager comme premier relayeur de la communication... quand il y croit
 - Alignement du discours RH / discours managérial
 - La communication constructive dans les situations délicates : conflits, controverses, émotions vives
 - Prendre place en posture de conseil stratégique
- Jeu de rôle : entretien RH – manager en période de transformation

Communication interne & outils digitaux au service des RH

- Les supports : mail, newsletter interne, affichage, Teams/Slack, podcasts, vidéos, événements internes
 - Choisir le bon canal au bon moment : matrice décisionnelle
 - Rendre les collaborateurs acteurs : sondages, communautés internes, ambassadeurs de culture
 - Introduction à l’IA générative dans la communication RH : assistance rédactionnelle, mesure des retours
- Exercice pratique : réécriture collective d’un message RH multicanal

Communication et Marque Employeur

- Alignement interne/externe : rien ne s’invente, tout s’incarne
- L’expérience collaborateur comme source de contenus
- Réputation numérique RH : réseaux sociaux professionnels, avis en ligne
- Cohérence onboarding – vie quotidienne – offboarding

Mesurer l’impact et ancrer les bonnes pratiques

- Indicateurs de communication RH : lisibilité, engagement, appropriation, rétention du message
- Retours terrain : focus group, feedback managers, observation comportementale
- Plans d’actions individuels et collectifs post-formation