Leçon 4 – la communication institutionnelle

Elle a pour but de valoriser l'image et la réputation d'une entreprise ou d'une institution auprès des publics.

Les appellations :

Communication d'entreprise,

Communication d'organisation,

Communication institutionnelle,

Communication corporate.

Les objectifs de la communication institutionnelle :

- c'est de faire connaître l'institution (notoriété),
- c'est aussi de la faire aimer en parlant de ses valeurs et missions (image).

Les moyens :

Les moyens sont :

- Moyens d'identification : marque, nom, logo ...
- Moyens écrits : brochures, rapports, lettres d'information...
- Moyens numériques et audio-visuels : CD, DVD, facebook ...
- Moyens publicitaires : annonces de presse, spots TV, affichage, radio, internet ...

(ref. communication institutionnelle / Perin)