

The image features a large, solid red semi-circle on the right side. To its left, there are several abstract elements: a teal circle, an orange square outline, an orange triangle outline, and several purple dashed lines of varying lengths and orientations. The text is positioned on the red semi-circle.

La Communication...

Dans l'église...

Rappel !

La communication est le lien indispensable entre tous les éléments dynamiques d'un projet, entre :

- la pensée et le concept
- le concept et la stratégie
- le planning et l'action
- les leaders et les acteurs
- les acteurs...



Communiquer dans une société où...

- l'impression est plus forte que les faits,
- le narcissisme est devenu l'apanage de tous,
- l'on se raconte de trop belles histoires,
- la victime est plus écoutée que le sauveur,
- l'authenticité qualifie ce qui est bien,
- l'émotion l'emporte sur la raison,
- la taille d'une foule dit ce qui est vrai,



Quelle bonne communication?

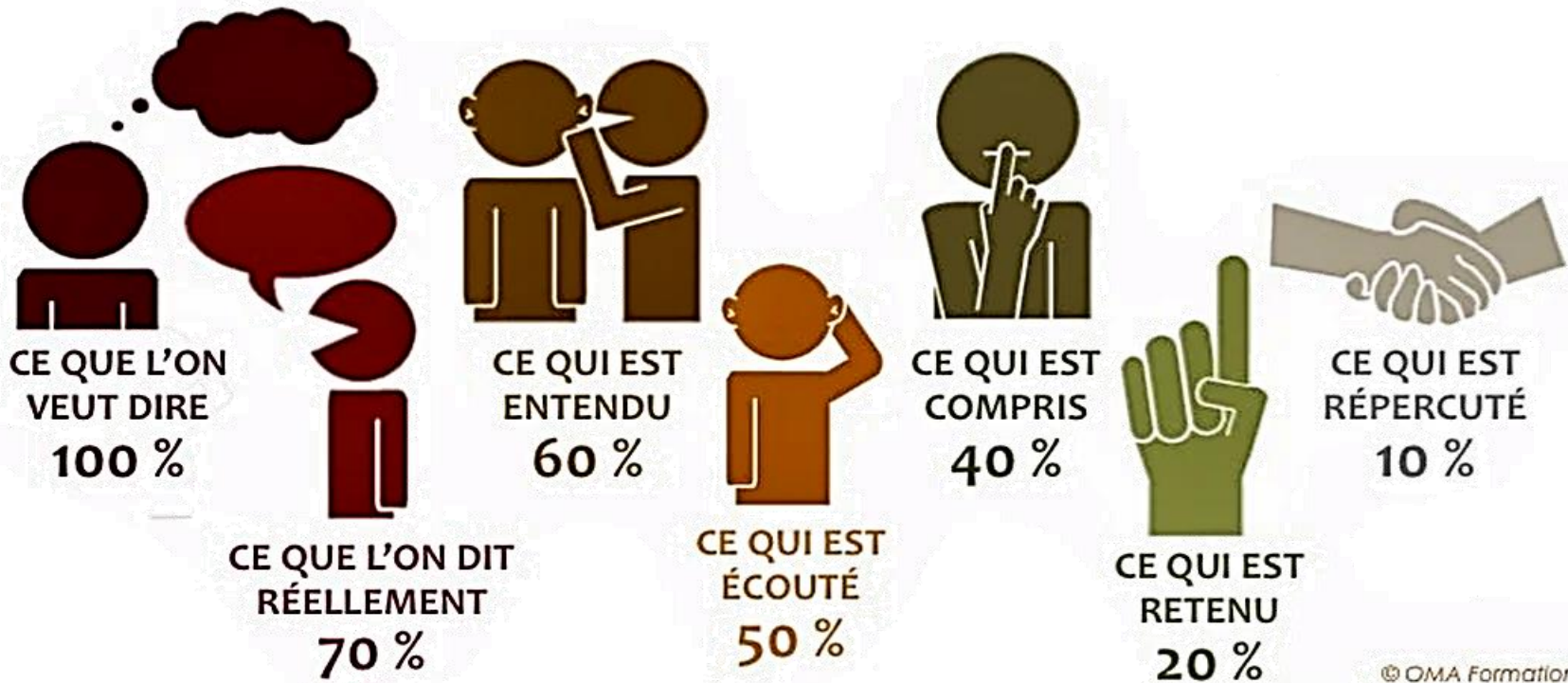
La maîtrise technique
nécessaire mais insuffisante

La pertinence du message(r)
indispensable mais insuffisante

L'action du Saint Esprit
indispensable et suffisante

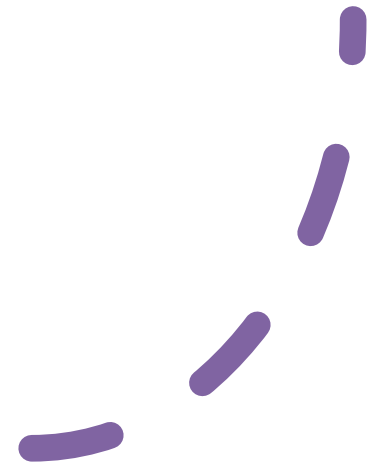


La précarité de la Comm verbale



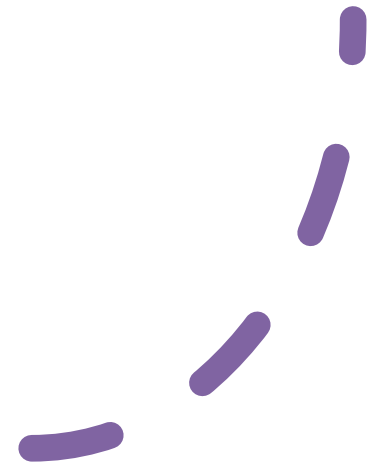
Les
préalables
à retenir

Débuter avec la
finalité à l'esprit



**Les
préalables
à retenir**

**Une communication
efficace est préméditée
et n'est jamais
désintéressée**



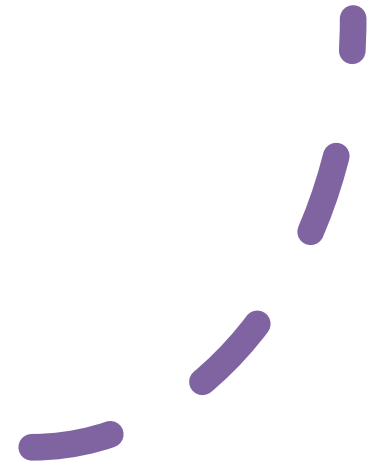
**Les
préalables
à retenir**

**La communication
doit déclencher
l'engagement vers
l'action désirée.**



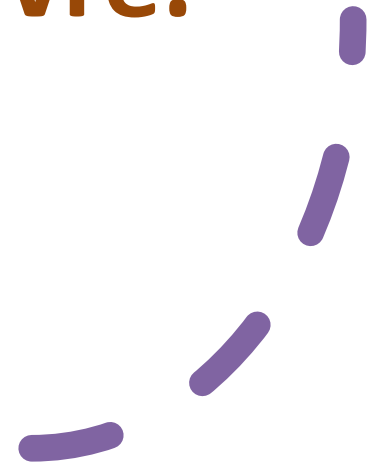
**Les
préalables
à retenir**

**La communication
demande donc une
grande préparation
en amont**




**Les
préalables
à retenir**

**La vision est plus
importante
que les actions à
mettre en œuvre.**

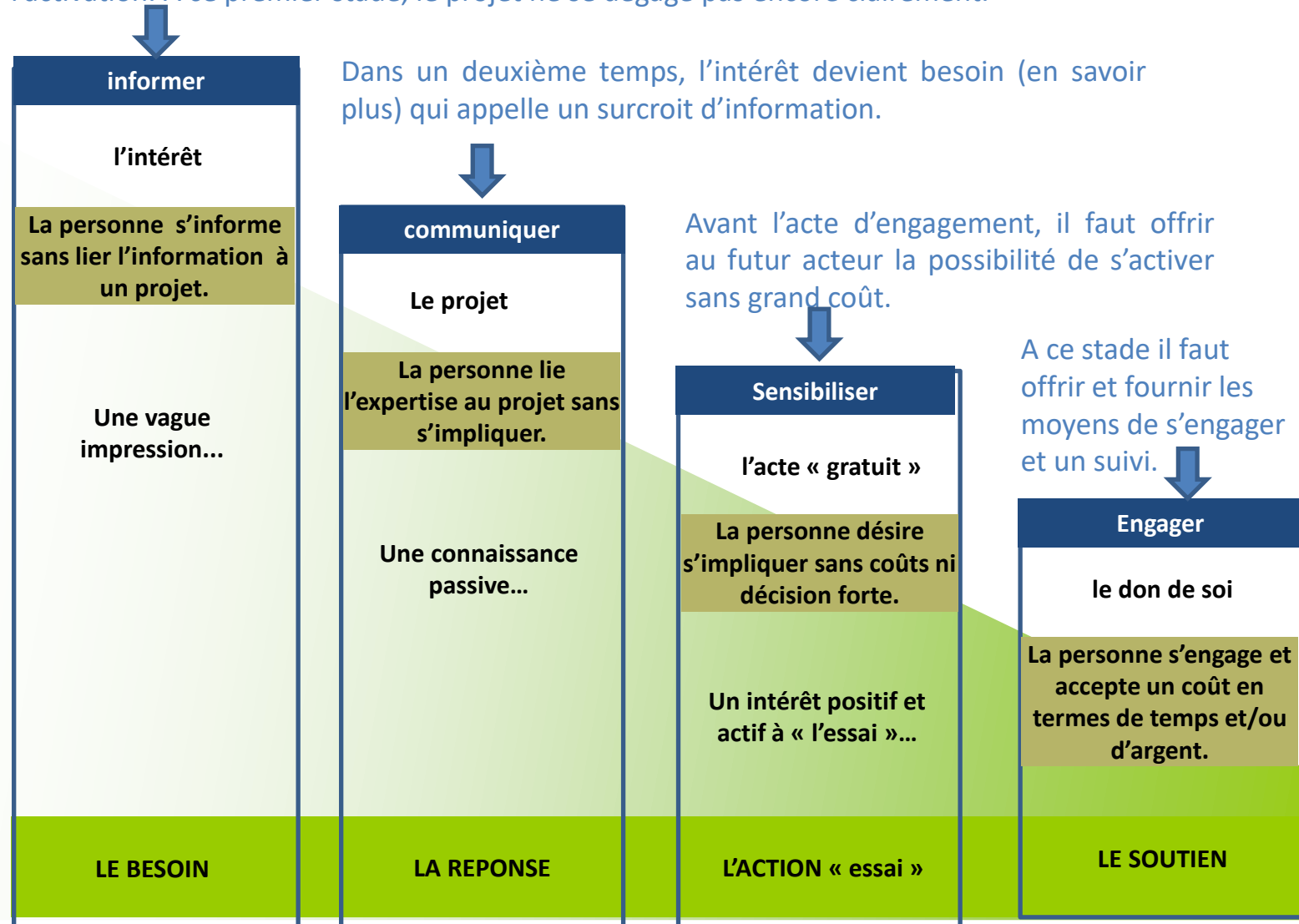


Les préalables à retenir

- Une **vague impression** de l'existence de votre projet?
 - Une **connaissance passive** du sujet qui vous occupe?
 - Un **intérêt positif** pour votre projet?
 - Une **adhésion**, une **participation active**, un **soutien** à votre projet?
- 

4 étapes de la communication active

Un individu vient à l'engagement via un processus qui chemine de l'intéressement à l'activation. A ce premier stade, le projet ne se dégage pas encore clairement.



Qu'est-ce que les "réseaux sociaux"

Les réseaux sociaux permettent à des utilisateurs d'une même communauté de:

- ✓ se connecter entre eux,
- ✓ d'inter agir et de dialoguer,
- ✓ de créer et d'échanger des contenus

sans limite de distance ou de temps.



Utilisateurs unique par jour en France

Facebook: 25,9 millions/jour

YouTube: 16,1 millions par jour

Snapchat: 8,2 millions par jour

Instagram: 7,3 millions par jour

WhatsApp: 6,4 millions par jour

Twitter: 3,5 millions par jour

LinkedIn: 2,2 millions par jour

Pinterest: 1,7 million par jour



Comment bien communiquer sur les réseaux sociaux

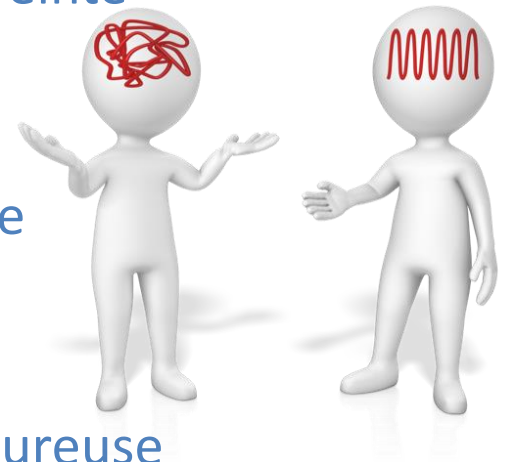
- ✓ Être factuel et descriptive,
- ✓ Montrer ce qui est beau, bon et bien,
- ✓ Assumer la complexité et dire l'imparfait,
- ✓ Dire et redire la victoire de Jésus,
- ✓ Faire le bien avec responsabilité,
- ✓ Un usage raisonné de l'émotion,
- ✓ User de sagesse et de discernement.



Communication et management

➤ *Le mode de gestion interne définit le mode de communication.*

- Gestion **paternaliste** :
 - une communication condescendante et restreinte
- Gestion **collégiale** :
 - une communication confuse et contradictoire
- Gestion **directive** :
 - une communication unidirectionnelle et rigoureuse
- **Gestion participative** :
 - une communication bilatérale et dynamique



Les trois types de communication dans une organisation

➤ La communication motivationnelle

Tenir ses équipes motivées à travers le temps, les évènements, le changement et les difficultés, est un véritable challenge.

Méfiez-vous de cette fameuse culture du secret et de ses effets pernicieux sur vos efforts de gestion.

Conditions sine qua non pour impliquer ses équipiers:

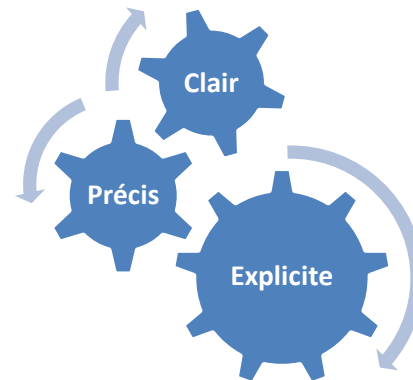
- Les tenir au courant de l'évolution des projets,
- Les écouter et répondre à leurs questionnements,
- Leur parler du devenir de l'organisation,
- Les informer des décisions prises,
- Leur redire les choses, encore et encore...

Les trois types de communication dans une organisation

➤ La communication opérationnelle

C'est l'ensemble des échanges réalisés en interne permettant le bon fonctionnement d'un système, de ses processus et des mesures de qualité ou de performances.

C'est souvent une communication descendante, toutefois une gestion participative favorise le développement d'une communication bidirectionnelle.



Les trois types de communication dans une organisation

➤ La communication interpersonnelle

Ce type de communication est multidirectionnel, il est ascendant, descendant et surtout transversal.

C'est avant tout une communication non maîtrisée!

Cette communication, si elle est positive, apporte une meilleure cohésion sociale entre les collaborateurs et ajoute à la performance globale et au bien-être des équipes.

« Toutefois, sa positivité dépend entièrement de la qualité des deux formes précédentes de communications internes ».

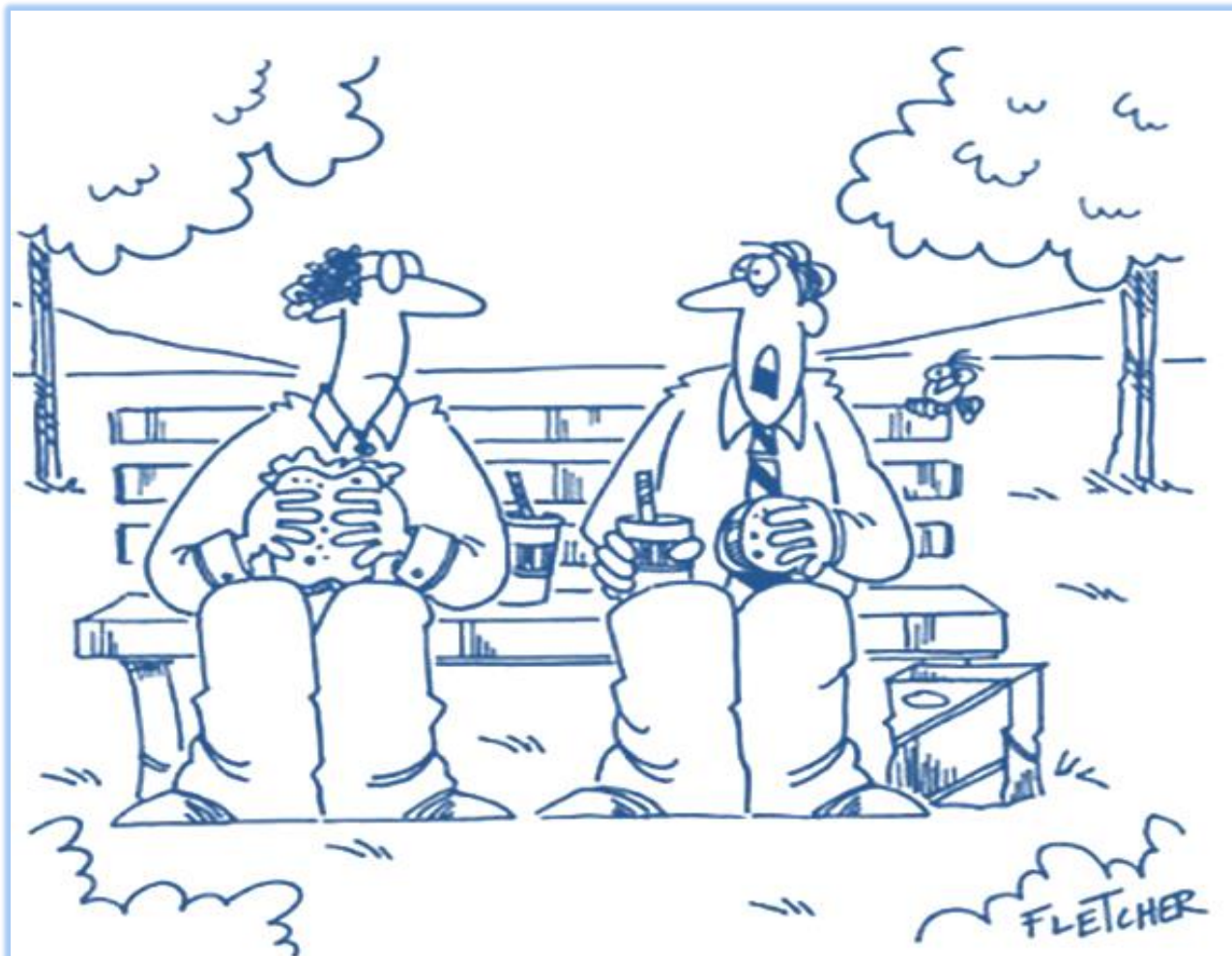
Communication motivationnelle



Communication subjective



Ce qu'on voulait vraiment dire...



Mon église ressemble de plus en plus au Christ:
la même; hier, aujourd'hui et pour toujours !

Les 3 approches de communication

1. La communication de **masse**
(de un vers beaucoup):
 - Les mailings papier, emailing, vidéo lors des cultes, réseaux sociaux, site internet, etc...
2. La communication **personnalisée**
(de un vers plusieurs):
 - Courriers ou emails nominatifs, SMS, invitations à des rencontres ciblées, etc...
3. La communication **individualisée**
(de un à un):
 - Face à face ou téléphone, mais une relation personnelle.



Les cibles dans l'église locale

1. La communication de masse

(de un vers beaucoup):

- ✓ Communiquer aux **membres inscrits de l'église**
- ✓ Communiquer à tous **ceux fréquentant l'église**

2. La communication personnalisée

(de un vers plusieurs):

- ✓ Communiquer aux **équipers des ministères**
- ✓ Communiquer aux **équipers des projets**

3. La communication individualisée

(de un à un):

- ✓ Communiquer aux **responsables et influenceurs divers**



Tableau de ciblage

Information et/ou décision à communiquer:				
Type de communication:		Où en êtes-vous dans ce processus?		
Type de Communication:	Informer	Communiquer	Sensibiliser	Engager
Publics Cibles (3 approches)				
Membres d'église inscrits	finalité attendue Media utilisé	finalité attendue Media utilisé	finalité attendue Media utilisé	finalité attendue Media utilisé
Gens fréquentant l'église	finalité attendue Media utilisé	finalité attendue Media utilisé	finalité attendue Media utilisé	finalité attendue Media utilisé
Equipers des ministères	finalité attendue Media utilisé	finalité attendue Media utilisé	finalité attendue Media utilisé	finalité attendue Media utilisé
Equipers des projets	finalité attendue Media utilisé	finalité attendue Media utilisé	finalité attendue Media utilisé	finalité attendue Media utilisé
Responsables et influenceurs	finalité attendue Media utilisé	finalité attendue Media utilisé	finalité attendue Media utilisé	finalité attendue Media utilisé