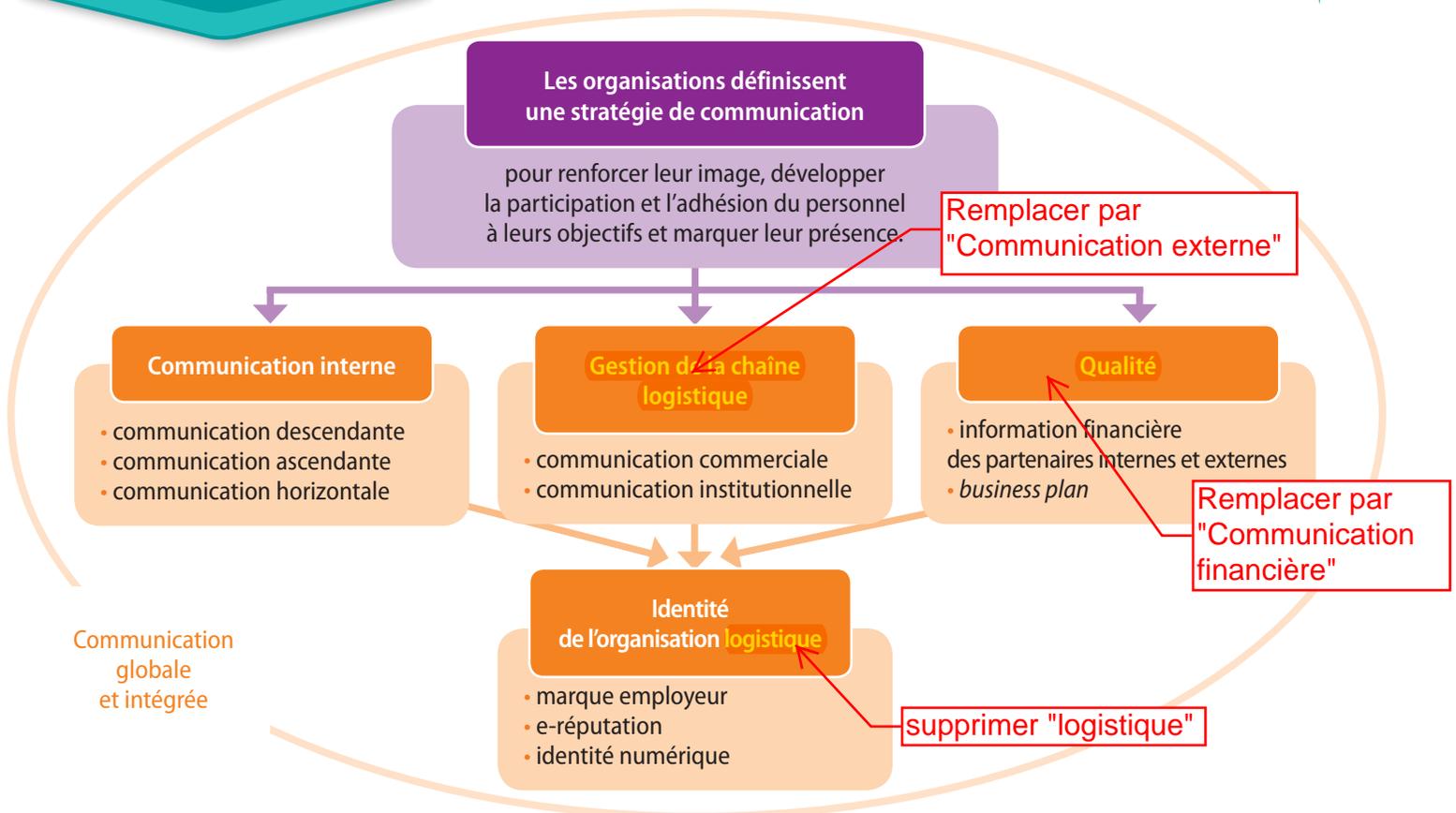


# Synthèse



## Lexique

- **Communication** : transmission d'un message d'un émetteur vers un récepteur à travers un canal.
- **Communication commerciale** : modalité de communication externe qui permet de démontrer les qualités du produit, de la marque, faire connaître et vendre le produit.
- **Communication externe** : actions de communication qui s'adressent aux parties prenantes externes de l'organisation (clients, fournisseurs, associés, banquiers, associations, médias, « grand public »...).
- **Communication financière** : actions de communication pour satisfaire les besoins d'information financière des parties prenantes sur la santé, la stratégie et la performance de l'organisation.
- **Communication globale** : harmonisation des actions de communication interne et externe d'une organisation.
- **Communication institutionnelle** : modalité de communication externe qui permet de promouvoir l'organisation, transmettre une image positive et communiquer sur ses valeurs et ses performances.
- **Communication interne** : actions de communication dirigées vers les membres de l'organisation (salariés, direction, comité d'entreprise...).
- **E-réputation** : réputation que possède une marque ou une organisation sur Internet.
- **Identité numérique** : ensemble des contenus publiés sur des médias numériques (sites Internet, blogs, forums, réseaux sociaux, commentaires...).
- **Marque employeur** : stratégie de l'image de marque de l'organisation à l'égard des salariés actuels ou potentiels avec pour objectif d'attirer et de fidéliser les talents.
- **Plan d'affaires (*business plan*)** : plan de développement détaillant le projet de création d'une entreprise ou d'une activité permettant d'informer les parties prenantes.
- **Stratégie de communication** : ensemble des actions de communication qui vont développer l'adhésion du personnel aux objectifs de l'organisation et renforcer son image.