

MANAGEMENT

La PME gagne en sous-traitant le management de sa communication.

« **Externaliser** » : s'agit-il d'une nouvelle mode en matière de management ? Mieux ! C'est un processus organisationnel qui tend à se développer pour des activités qui évoluent en périphérie du 'core business' de l'entreprise, sous la contrainte d'un besoin accru d'efficacité et de performance.

Dans cette optique, le management de la communication peut être externalisé.

Confier la gestion de votre communication à un consultant externe : une hérésie ? Au contraire, cela fonctionne même très bien, sous les conditions suivantes :

- ▶ le rôle du consultant doit être clairement défini sur base d'un cahier de charges précis et bien compris par les parties, tout en restant évolutif ;
- ▶ ce cahier de charges laissera la place à un espace de liberté que le consultant mettra à profit pour être créatif, réfléchitif et proactif ;
- ▶ l'expertise du consultant doit être avérée dans ce type de prise en charge de responsabilités ;
- ▶ la confiance entre le patron de l'entreprise et le consultant sera réelle dès le début de la relation qui, par définition, se veut gagnante pour toutes les parties ;
- ▶ des comptes rendus de l'évolution des projets en cours seront établis selon un agenda régulier ;
- ▶ les résultats de la collaboration doivent être conformes aux attentes de l'entreprise tout au long de chaque étape du processus.

Ces attentes ne sont pas les mêmes pour toutes les PME. Elles varient en fonction de plusieurs paramètres dont celui du développement organisationnel de l'entreprise.



Marc-Frédéric EVERAERT

est également l'auteur de
« **Tonifiez votre entreprise !** »,
un essai sur le management vu sous l'angle
du marketing et de la communication
(en librairie, 20 €,
ISBN : 2-9600463-1-5).

- ▶ Une entreprise jeune en développement ne dispose pas nécessairement d'une direction marketing, encore moins d'un management de la communication. Le besoin est pourtant bien présent !
- ▶ Une PME bien implantée sur ses marchés et performante sur le plan technique prend conscience de la nécessité d'insuffler une bouffée d'oxygène dans les veines de son organisation. Le besoin d'une communication institutionnelle et opérationnelle autant qu'interne, en phase avec le marché, est clairement exprimé.
- ▶ Une organisation née d'un processus de fusion ou d'acquisition, voire de cession, veut développer rapidement un management de la communication interne et externe adapté à la nouvelle donne. Le besoin de redéfinir une image qui sera perçue positivement par le marché est évident.

Les avantages de la formule sont immédiats.

► La maîtrise des coûts et la flexibilité

Un directeur de la communication coûte cher ; c'est le cas de toute fonction de direction. La PME en a-t-elle besoin à temps plein pour une durée indéterminée ? La plupart du temps, la réponse est négative. Externaliser la fonction permet de travailler dans le cadre d'un contrat très souple, soit à temps plein sur une période déterminée en fonction d'un projet précis à mener à terme, soit sur base d'une durée indéterminée mais dans le cadre souple d'un certain nombre d'heures à prester en fonction des besoins.

► L'expertise ajoutée

Cette dernière formule de temps partagé s'avère performante. Le consultant est en effet en contact avec d'autres clients dans des secteurs d'activités différents. C'est donc une occasion de *resourcing* et une opportunité permanente d'informations, de réflexions, d'idées et de projets à laquelle puise le consultant au profit de l'ensemble de ses clients. C'est l'art du consultant que d'être à l'écoute, réflexif et proactif pour créer le succès de sa relation avec l'entreprise.

► Le succès dans toutes les étapes du processus

- « Entrepreneur », le consultant est capable d'initiatives porteuses de valeur ajoutée pour son client.
- Pragmatique, il va droit à l'essentiel et propose des solutions concrètes basées sur une écoute active et positive.
- Ouvert, il intègre l'équipe dans le respect de la culture d'entreprise et de ses valeurs.
- Flexible, l'ensemble de sa démarche est « orientée client ».
- Le consultant doit être intègre, loyal et responsable.

Ces critères de compétence et de savoir-faire étant admis et vérifiés, la PME pourra confier le management de sa communication tant interne qu'externe au consultant. A son tour, ce dernier sera capable de s'entourer des compétences techniques pointues externes qui s'avèreront nécessaires pour mener à bien les différents projets qui verront le jour.

© M&C.M sprl
Octobre 2005



www.mcmanagement.be