

→ Concept et définition

La communication est un processus d'écoute et d'émission de **signes et messages** à destination de publics particuliers, visant à **améliorer** l'image de l'entreprise ou du projet, **renforcer** ses relations, **promouvoir** ses produits et services, **défendre** ses intérêts.

→ Domaines d'application

On distingue les domaines en fonction des cibles concernées :

- **Financier** > investisseurs, actionnaires, analystes, médias économiques
- **Commercial** > clients réels ou potentiels
- **Institutionnel** > citoyens et institutions
- **Recrutement** > candidats ou membres potentiels
- **Business** > entreprises
- **Interne** > salariés ou membres du projet

→ Tendances

La communication est une discipline en forte évolution. Parmi les principaux changements figurent :

- l'inversion du ratio média / hors média (à l'avantage du hors média),
- l'importance croissante des paramètres et contraintes financières,
- une communication de crise qui tend à devenir permanente,
- la généralisation de l'utilisation des réseaux sociaux

D'après « Communicator » de T. Libaert et M.H. Westphalen éd. Dunod