

QUELQUES FONDAMENTAUX DU MAGAZINE INTERNE

ABCi 28 juin 2021

LE MAGAZINE INTERNE À LA CROISÉE DES CHEMINS

- Le confinement en a montré la **valeur ajoutée comme lien central** entre l'organisation et ses salariés
- Le confinement a suscité de nouvelles modalités de **production et /ou de distribution**
- Le confinement a mis en évidence le **storyliving** (nouvelle forme de storytelling): le récit devient expérience

LA RHÉTORIQUE DES MAGAZINES INTERNES EST REVUE

On retrouve les mêmes thèmes et visuels dans les magazines :

- Exemples : jeux concours, question qui dérange, interview de 3 personnes qui ont un point commun, 24 heures dans la vie de... Vis ma vie, "stock photos", etc.
- Le besoin de **se raconter**, de **rester en connexion**, d'**échanger** sur des expériences de vie inédites ont pris le pas sur les récits

A LA RECHERCHE DE L'ÉQUILIBRE ORGANISATION/SALARIÉS

ORGANISATION

- Projets
- Valeurs et comportements
- Gouvernance et RSE
- Objectifs et stratégie
- Résultats obtenus
- Bonnes pratiques
- Indicateurs économiques
- Fonctionnement de l'organisation
- Environnement
- Marché, concurrence, secteur
- Réalisations pour les clients
- Changements et initiatives nouvelles
- Métiers
- Présentation des services

A LA RECHERCHE DE L'ÉQUILIBRE ORGANISATION/SALARIÉS

SALARIES

- Collaborateurs
- Politique RH
- Formation
- Déplacements et mobilité
- Sécurité / bien être / prévention des risques psycho sociaux et des accidents
- Activités sociales
- informations utiles et pratiques
- Informations sur les services, les collègues nouveaux arrivés / départs / retraites / mariages / décès
- Valeurs au quotidien

7 RAISONS POUR FAIRE UN MAGAZINE

- Stratégie d'entreprise : le magazine interne = le ciment de la communauté des travailleurs
- Renforcement des valeurs et partage de de la stratégie
- Bien-être des travailleurs
- Partage de connaissance, rappel de l'histoire de l'entreprise
- Ton officiel et chaleureux
- Reconnaissance et fierté
- Valeur perçue du papier

7 RAISONS POUR NE PAS FAIRE UN MAGAZINE

- Structure trop petite ou trop grande
- Objectifs de la communication couverte par les autres canaux. Autres canaux plus modernes, rapides, faciles,... (radio, TV, RS, ...)
- Coûts : ROI pas évident à démontrer
- Manque de ressources en internes
- Autres priorités et projets
- Pression des deadlines

MAGAZINE PAPIER OU EN LIGNE?

Pour les entreprises qui ont un magazine

- papier décliné en pdf (9/10)
- magazine web (1/10)
- tendance émergente : un magazine web first décliné en papier (Calameo, Madmagz, Issuu,...)

Un magazine en ligne n'est pas un simple pdf :

- le pdf est une image figée et inerte
- le pdf ne permet pas l'interaction, la discussion
- le pdf ne favorise pas la lecture sur écran (conception / format)

UN MATCH SERRÉ!

- Print et numérique proposent des expériences complètement différentes:
- Les formats en ligne sont dynamiques, interactifs, mesurables en ligne et partageables
- Les formats print sont palpables, immersifs et collectionnables

Echangeons nos pratiques et expériences!