

Audit de communication

Faire appel à un intervenant extérieur pour l'audit permet la prise de distance nécessaire à l'objectivité de l'analyse. C'est l'étape essentielle préalable à l'élaboration d'une **stratégie de communication** pertinente. Elle permet d'aller au delà des premières constatations, des évidences.

L'audit de communication est également une bonne photographie de la situation à un instant donné.

À la simple étude de corpus, nous préférons mettre en œuvre des outils et méthodes de type ethnographique issus des études et recherches scientifiques et universitaires :

recueil de données de première main (documents, entretiens qualitatifs, observation in situ, etc.),

analyse continue de ces données et réorientation progressive des pistes d'investigation,

comptes-rendus réguliers auprès du commanditaire,

remise et présentation d'un rapport d'audit circonstancié par des préconisations.

Apprenons à redonner du temps au temps, à planifier avant d'agir !