



Pour prendre votre place de Business Partner

Mentoring | Ateliers en équipe | Communauté

Bonjour {{ contact.PRENOM }},

Il y a une phrase que vous devez régulièrement entendre.

"On doit communiquer."

Le projet est lancé.

Les décisions sont presque prises.

Et la communication arrive... au moment de communiquer.

Et vous, à quel moment vous êtes associé(e) aux décisions dans votre organisation ?

Je réponds

Vous savez qu'en étant associé plus tôt dans la réflexion, la communication pourrait apporter bien plus :

- plus de clarté sur le projet
- plus d'alignement dans les équipes
- plus d'impact dans la mise en œuvre.

Le vrai sujet n'est donc pas seulement la communication. C'est le moment où elle est appelée dans la chaîne de décision.

Parce qu'une communication stratégique **n'explique pas seulement les décisions. Elle contribue à les éclairer.**

Cette situation revient souvent dans les échanges entre Dircoms.

Et elle renvoie à une question centrale pour notre métier :

comment convaincre sa direction de la place stratégique de la communication ?

Pourquoi la communication reste encore perçue comme une fonction support ?

Dans beaucoup d'organisations, la communication est visible à travers ses livrables.

- Un article.
- Une newsletter.
- Un intranet.
- Un support de présentation.

On voit ce qui est produit.

Mais on voit beaucoup moins ce que la communication permet réellement :

- accompagner les transformations
- rendre une stratégie compréhensible et actionnable
- aligner les équipes autour d'une même trajectoire
- créer de la cohérence dans l'organisation.

Autrement dit :

la communication est souvent observée à travers ce qu'elle produit, pas à travers ce qu'elle rend possible.

Ce qui change réellement la donne

La bascule entre une fonction support et une communication stratégique se joue souvent à un moment précis :

le moment où la communication intervient.

Une fonction support répond à une demande :

"pouvez-vous préparer un support ?"

Une communication business partner intervient plus tôt :

"quel est le problème que nous cherchons réellement à résoudre ?"

Elle questionne le besoin.

Elle relie les projets aux enjeux de l'entreprise.

Elle contribue à structurer les décisions

Pourquoi la posture seule ne suffit pas

On parle beaucoup de posture.

Mais dans la durée, **la posture seule ne suffit pas.**

Ce qui fait réellement la différence, c'est l'alignement de trois dimensions :

- **La stratégie**

Relier la communication aux enjeux business et RH.

- **L'organisation**

Clarifier les rôles, structurer les priorités, qualifier les demandes.

- **Le leadership**

Questionner, proposer et éclairer les décisions.

C'est cet équilibre "**stratégie, organisation et leadership**" qui permet à la communication de passer d'une fonction support à une fonction stratégique.

La communication devient stratégique le jour où elle n'est plus appelée pour expliquer les décisions, mais pour contribuer à les éclairer.

Une question utile pour prendre du recul

Si vous souhaitez faire évoluer la place de la communication dans votre organisation, commencez par cette question :

quels seraient les risques pour l'entreprise si la communication n'existait pas ?

Les réponses sont souvent très éclairantes.

Elles permettent ensuite d'identifier **2 ou 3 priorités stratégiques** et de concentrer l'énergie de l'équipe sur les sujets qui comptent vraiment.

Si vous souhaitez aller plus loin sur ce sujet,
[découvrez notre programme de mentoring](#)



Bonus vidéo



L'AFCI et **Nouvelles Voix** m'ont invitée à échanger sur ce sujet parce qu'il est au cœur des préoccupations des Dircoms aujourd'hui.

Comment convaincre sa direction de la place stratégique de la communication ?

Nous y abordons notamment :

- pourquoi la communication reste souvent perçue à travers ses livrables
- ce qui distingue une fonction support d'une communication business partner
- par où commencer concrètement pour faire évoluer son positionnement.

Si vous me découvrez, je suis
Fanny Viano, la fondatrice de
Take your place.

Dircom avec plus de 20 ans
d'expérience, j'accompagne
désormais mes pairs à
prendre leur place de
Business Partner en
renforçant 3 dimensions : leur
stratégie, leur organisation et
leur leadership.



À très vite,

Fanny Viano

On vous a transféré cette newsletter, [inscrivez-vous](#) aux prochaines !



.....

Vous recevez cet email car vous êtes inscrit(e)
à la newsletter de Take your place.

[Se désinscrire](#)