

## Chapitre 11 – Comment une organisation communique-t-elle avec ses différents acteurs ?

Source : stmg-MSGN-2021-polynesie -air-tahiti-nui

Question :

1. Présenter les différents objectifs de la stratégie de communication pour l'entreprise et pour ses salariés.
2. Repérer les différentes modalités de communication d'Air Tahiti Nui et analyser la pertinence de chacune d'entre elles.

### **Amadeus, le logiciel interface entre Air Tahiti Nui et ses clients**

Créé en 1988 par un consortium de compagnies aériennes (Air France, Lufthansa, Iberia et SAS), Amadeus est aujourd'hui le premier fournisseur mondial de solutions technologiques pour le secteur du voyage.

Le système de réservation Amadeus compte comme clients des voyageurs, agences de voyages, compagnies aériennes ou maritimes, des hôtels, etc. Nous créons des solutions qui permettent aux compagnies aériennes et aux aéroports, aux hôtels et aux compagnies ferroviaires, aux moteurs de recherche, aux agences de voyages, aux tour-opérateurs et aux autres acteurs d'assurer leur activité et d'améliorer l'expérience de voyage, et ce, dans le monde entier. [...]

Gestion des clients, des invités et des voyageurs

[...] Nos solutions de gestion des clients vous aident à gérer et à améliorer l'expérience client du premier contact au règlement, et au-delà. Si vous êtes une compagnie aérienne qui cherche à améliorer ses capacités de traitement de clients, nous pouvons vous aider. [...] Nos solutions de fidélisation et de récompense feront revenir les clients, peu importe dans quelle partie de notre industrie vous travaillez.

Source : <https://amadeus.com/fr/>

## Air Tahiti Nui dévoile sa nouvelle marque

La compagnie aérienne Air Tahiti Nui a dévoilé à ses clients et partenaires le nouveau visage de sa marque, à l'aube de son 20<sup>e</sup> anniversaire et de l'arrivée dans sa flotte du *Boeing 787-9 Dreamliner*.



Elle a annoncé le 16 avril 2018 que ses nouveaux projets, ses nouveaux avions, les nouvelles technologies et bientôt ses 20 ans sont « autant d'occasions pour la compagnie au Tiare de rénover sa marque afin de présenter à ses clients, à la Polynésie et au monde, les nouvelles aspirations qui l'animent ». Pour célébrer ses 20 ans de présence dans le ciel, Air Tahiti Nui rafraîchit son identité visuelle afin d'aborder l'avenir « avec un esprit, une énergie et une fierté renouvelés ». Emblème traditionnel d'Air Tahiti Nui et de la Polynésie française, la célèbre et délicate fleur de Tiare conserve bien entendu une place de choix au sein du logo tout en affichant un nouveau look plus sophistiqué et plus moderne. Élaborée avec soin par Alexander Lee, artiste polynésien de talent, cette fleur de Tiare

« incarne la beauté et l'esprit de nos îles ». Il la décrit comme « un symbole pur, naturel et fécond, au délicat parfum qui renferme de nombreux secrets que seuls les initiés reconnaîtront. Icône symbole de la compagnie, cette fleur de Tiare est le fruit d'un design minutieux visant à établir une connexion encore plus profonde avec la Polynésie, son peuple et ses traditions ». Avec sa « silhouette fine et fière tournée vers l'avant », ce nouveau logo est porteur d'un message « subtil mais fort » sur l'engagement vers l'avenir, capturant selon la compagnie « l'essence même de l'essor et du progrès dans lesquels s'inscrit Air Tahiti Nui ».

Le 20 novembre 2018, Air Tahiti Nui célébrera son 20<sup>e</sup> anniversaire – un mois après la livraison de son premier *Boeing 787-9 Dreamliner* sur les quatre attendus. Ces appareils préfigurent « une nouvelle ère pour la compagnie, mais qui s'inscrit néanmoins dans la continuité d'une mission qui a débuté en 1998 au service de la Polynésie française et des polynésiens ». Les prochains mois seront marqués par de nouvelles manifestations importantes incluant la présentation des nouveaux uniformes, des nouveaux appareils et de leur système de divertissement à bord.

Source : <https://www.air-journal.fr/>

## La relation client

Symbole de Tahiti aux yeux du monde, Air Tahiti Nui met tout en œuvre pour montrer l'hospitalité, la beauté et la sérénité qui animent ses habitants et ce à chaque détail : l'accueil avec un sourire chaleureux et une fleur de Tiare, le changement d'uniforme de l'équipage en une tenue tahitienne élégante et confortable peu après le décollage, le service attentionné tout en restant sans prétention. Toute l'équipe fait preuve d'un bel enthousiasme pour faire en sorte que chaque passager soit détendu et satisfait.

Au fil du temps, nous avons bâti une véritable relation de confiance avec nos passagers, qui nous sont restés fidèles depuis maintenant 20 ans. Le club Tiare a été créé pour valoriser et récompenser cette fidélité.

[...] Le système de gestion informatique Amadeus Altéa est mis en place, perfectionnant l'offre de services et les possibilités de réservation pour tous les clients d'Air Tahiti Nui. [...] La compagnie fête par la même occasion ses 20 ans en 2018 ! Pour fêter cet anniversaire, Air Tahiti Nui fait peau neuve : nouveau logo, nouvel univers graphique et nouvelle flotte.

#### La gestion de la relation client

Au cœur de l'interaction étroite entre l'expérience employé et l'expérience client, tant elle favorise l'une autant que l'autre, la solution de gestion de la relation client (CRM : *customer relationship management*), basée sur la technologie de l'éditeur *Salesforce* (leader de son marché), lancée dans le courant de l'année, permet d'améliorer la gestion de la relation et des interactions avec les clients professionnels (tour-opérateurs, agences de voyage, etc.) et les clients finaux (voyageurs et clients individuels). Enrichie automatiquement avec toutes les informations nécessaires à la préparation et à la réalisation des voyages de nos clients, la solution baptisée « Hoani » par les équipes d'Air Tahiti Nui (« clientèle » en tahitien) favorise des échanges fluides, efficaces et personnalisés en fonction du profil de chacun de nos passagers.

Source : <https://www.airtahitinui.com/fr-fr/notre-histoire>

### Extrait du rapport Développement durable 2018

Sur le volet social, Air Tahiti Nui est engagée à accompagner ses collaborateurs pour relever les nombreux défis à venir (transition Boeing, nouvel environnement concurrentiel). L'entreprise a poursuivi son programme de formation réglementaire à destination de ses personnels de l'exploitation (équipes notamment) et la formation administrative et technique en faveur de ses personnels au sol dans le souci d'améliorer la cohésion et la performance collective.

#### **Engagement 6 : partager une vision commune et maintenir les bases d'une relation de confiance**

<b>Événement fédérateur</b>  + 460 collaborateurs présents à la soirée anniversaire des 20 ans.	<b>Déploiement de nombreux outils d'informations disponibles en faveur des collaborateurs</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Journal interne trimestriel</li><li>- Portail intranet</li><li>- Podcast</li><li>- Newsletter hebdomadaire</li><li>- Rencontre trimestrielle « Morning coffee avec le Président Directeur Général »</li></ul>
<b>Séminaire des cadres</b>  Deux journées pour maintenir l'encadrement informé et motivé face aux nombreux enjeux de la compagnie.  94,5 % de satisfaction.	<b>Favoriser la diversité</b>  La parité est respectée au sein de la compagnie avec une représentation féminine à 50,5 % des effectifs et 41 % dans la catégorie cadre.

Source : [www.airtahitinui.com/rapport-developpement-durable-2018](http://www.airtahitinui.com/rapport-developpement-durable-2018)

Correction :

1. Présenter les différents objectifs de la stratégie de communication pour l'entreprise et pour ses salariés.

**Au travers de sa communication globale et intégrée, Air Tahiti Nui poursuit plusieurs objectifs.**

Pour l'entreprise

- Renforcer son image de qualité et de sérieux
- Montrer l'attention portée à la clientèle
- Fédérer ses salariés et assurer la cohésion
- Rester concurrentielle et donc attirer les clients
- Augmenter ses résultats
- Rester visible
- Fidéliser les clients
- Rassurer les clients en matière de sécurité (le kit hygiène distribué)
- ...

Pour les salariés

- Bénéficier d'une culture d'entreprise porteuse de valeurs et donc fédératrice
- Se sentir au cœur de l'entreprise
- Bénéficier de conditions de travail motivantes et sécurisantes
- Développer un esprit d'équipe
- ...

2. Repérer les différentes modalités de communication d'Air Tahiti Nui et analyser la pertinence de chacune d'entre elles.

**Les différentes modalités de la communication d'Air Tahiti Nui sont :**

- la communication interne, par le biais de différents supports de communication tels que :
  - son journal interne ;
  - son portail internet ;
  - les podcast ;
  - sa newsletter hebdomadaire ;
  - les rencontres trimestrielles « *Morning coffee* » avec le Président

Directeur Général.Pertinence : motivation, fidélisation, implication des salariés par

une information de qualité

- la communication externe, par le biais de différents supports de communication tels que :

- Facebook ;
- Instagram ;
- l'application Air Tahiti Nui ;
- son site internet.

**Pertinence : information en temps réel, communication réactive sur l'entreprise, entretien de la relation clients...**

- la communication institutionnelle, pour présenter les valeurs de l'entreprise à l'ensemble de ses parties prenantes :
  - sa nouvelle identité visuelle (nouveau logo avec la fleur de Tiaré, symbole de la Polynésie) ;
  - son site internet (ex : rubrique « notre histoire » qui promeut ses valeurs et son attachement à la culture tahitienne) ;
  - les uniformes du personnel ;
  - son rapport développement durable.

**Pertinence : communication sur les événements, la personnalité de l'entreprise et sa culture, promotion de ses valeurs envers ses parties prenantes internes et externes...**

- la communication commerciale, pour présenter ses actions commerciales
  - son application ;
  - son portail internet ;
  - les podcast ;
  - sa newsletter hebdomadaire ;
  - les rencontres trimestrielles « Morning coffee » avec le Président Directeur Général.

**Pertinence : fidéliser les clients, attirer des prospects...**