

Accueil -> Prestations -> AnaCom

## AnaCom - Audit d'outils de communication

*La plupart des erreurs découlent de la supposition que la bataille se livre entre des produits ou des services au sein d'une réalité objective.  
Or, c'est d'abord et avant tout un combat de perception.  
(Al Ries & Jack Trout)*

**ComAnalysis** offre un service d'audit à l'intention des départements de communication des entreprises et des sociétés de conseil en communication.

Cette offre comprend l'analyse sémiotique, linguistique, topographique, argumentative et rhétorique d'outils de communication :

- Prospectus, argumentaires
- Annonces presse, affiches
- PLV, communication d'interface
- Packagings et produits
- Site internet
- Courriers (demandes d'information, réclamations, courriels...)
- Plaquette d'entreprise, rapport de gestion, rapport annuel
- Communication identitaire : logo, nom de marque, noms de produits, slogan, code couleur, papeterie, véhicules, uniformes...
- ...

Cette analyse qualitative cherche à identifier les principaux messages verbaux et visuels véhiculés par les outils de communication, ainsi que les éventuelles messages indésirables ou parasites.

L'analyse qualitative des outils de **communication de l'entreprise** permet :

- de mettre en évidence les points forts et les points faibles ou problématiques de chaque outil de communication
- d'améliorer l'efficacité (lecture, compréhension) et la satisfaction (adhésion) des divers destinataires
- de supprimer les messages parasites (incompréhension ou contradiction)
- de renforcer le positionnement perçu à travers chaque outil de communication
- de garantir la cohérence d'ensemble de la communication et sa concordance avec les valeurs de l'entreprise

L'analyse qualitative des outils de **communication de la concurrence** permet :

- de se positionner face à la concurrence
- d'asseoir le positionnement de l'entreprise
- d'assurer la veille stratégique sur le marché

