

Abstract:

Different organizations find themselves moving in an environment full of challenges and growing competition, as this context is characterized by continuous change and rapid development. which obliges them to search for excellence not only in the quality of the service or product provided, but also in the quality of the efforts directed to build strong relationships with the beneficiaries of these services or products. Therefore, they need communication that requires a set of basic skills that have the ability to achieve the effectiveness of this communication process, and because emerging institutions (start-ups) have become the focus of attention and an essential factor in the economic development adopted by the Algerian state, our study aimed to analyze And revealing the role of communication skills in expanding the circle of external audiences in emerging institutions, through a case study of the start-up organization - Moustachir - to provide consultations in various fields in Algiers, relying on quantitative and qualitative analysis to reach scientific results, as the study showed the extent of the importance of Various communication skills to attract and create loyalty among external audiences, especially in emerging institutions and expanding the circle of customers and audiences.

Keywords: communication skills, external audience, emerging institutions - expansion.

ملخص:

تجد مختلف المؤسسات أنفسها تتحرك في بيئة مليئة بالتحديات والتنافسية المتنامية، حيث يتسم هذا السياق بالتغير المستمر والتطور السريع. تلزمها على البحث عن الامتياز ليس فقط في جودة الخدمة او المنتج المقدمة وانما جودة الجهود الموجهة من اجل بناء علاقات قوية مع المستفيدين من هاته الخدمات او المنتجات، لذلك تحتاج الى الاتصال الذي يتطلب مجموعة من المهارات الاساسية التي تملك القدرة على تحقيق فعالية هذه العملية الاتصالية، ولان المؤسسات الناشئة اصبحت محد انظار، وعامل اساسي في التنمية الاقتصادية التي تعتمدها الدولة الجزائرية، هدفت دراستنا الى تحليل والكشف عن دور المهارات التواصل في توسيع دائرة الجمهور الخارجي في المؤسسات الناشئة، وذلك من خلال دراسة حالة المؤسسة الناشئة - مستشير - لتقديم استشارات في مختلف المجالات بالجزائر العاصمة، معتمدين على التحليل الكمي والكيفي للوصول الى نتائج علمية، حيث اظهرت الدراسة مدى اهمية مهارات التواصل المختلفة في جذب وخلق الوفاء لدى الجمهور الخارجي لاسيما في المؤسسات الناشئة وتوسيع دائرة العملاء و الجمهور.

الكلمات المفتاحية: مهارات التواصل، الجمهور الخارجي، المؤسسات الناشئة- توسيع

Résumé :

Diverses organisations se retrouvent dans un environnement plein de défis et de concurrence croissante, car ce contexte se caractérise par un changement continu et un développement rapide. , ce qui les oblige à rechercher l'excellence non seulement dans la qualité du service ou du produit fourni, mais aussi dans la qualité des efforts déployés pour construire des relations solides avec les bénéficiaires de ces services ou produits. Par conséquent, ils ont besoin d'une communication qui nécessite un ensemble de compétences de base capables d'atteindre l'efficacité de ce processus de communication, et parce que les institutions émergentes (start-ups) sont devenues le centre d'attention et un facteur essentiel du développement économique adopté par l'État algérien, notre étude avait pour objectif d'analyser et révéler le rôle des compétences en communication dans l'élargissement du cercle des publics externes dans les institutions émergentes, à travers une étude de cas de la start-up – Moustachir – pour assurer des consultations dans divers domaines à Alger, en s'appuyant sur des analyses quantitatives et qualitatives pour atteindre des résultats scientifiques, l'étude a montré l'étendue de l'importance des diverses compétences en communication pour attirer et fidéliser les publics externes, en particulier dans les institutions émergentes et élargir le cercle des clients et des publics.

Mots-clés : compétences en communication, public externe, institutions émergentes – expansion.