



TRAVAILLER EFFICACEMENT AVEC UNE AGENCE DE COMMUNICATION

PROGRAMME

Objectifs

- Sélectionner l'agence de communication adaptée à ses besoins.
- Mettre en place les outils appropriés pour une meilleure collaboration au quotidien.
- Évaluer les actions de communication mises en place par son agence.

Public concerné

Directeur de la communication, directeur du marketing, brand manager, responsable projet.

Pré-requis

Techniques de créativité et brainstorming.

Durée : 2 jr(s)

Panorama des agences

L'intérêt de l'agence dans la démarche : le regard extérieur, sa valeur ajoutée.

Comment se repérer dans la galaxie des agences : les grands groupes internationaux, les filiales, les françaises, les 360°, les indépendantes, segmenter les agences selon les besoins.

Connaître les principaux rôles d'une agence pour collaborer efficacement : le planning stratégique, le service commercial / le service développement, la création, la production.

Sélectionner une agence - Cas pratiques

Les différentes méthodes pour sélectionner son agence : l'essai, les ?workshops?, la compétition.

La compétition et les étapes préalables pour une réussite : déterminer ses besoins, les modes de collaboration, les pièges.

Construire un brief : les questions préalables, l'objectif du brief, le contenu (brand marketing, marketing produit, environnement concurrentiel, stratégie marketing), contraintes à respecter.

Le comité de pilotage en interne : juger les agences en compétition, choisir les bons collaborateurs.

Les différentes étapes d'une compétition : long et short list, exposer le brief aux agences, les méthodes de présentation.

Le choix définitif de l'agence : les critères discriminants, évaluer les recommandations des agences finalistes.

Travailler au quotidien avec son agence - Cas pratiques

Formaliser la collaboration : le contrat, les clauses, la durée.

La rémunération de l'agence : les principes de l'accord, les conditions de facturation, les différents types de rémunération, les frais techniques, les éléments budgétaires et les axes de négociation.

Combiner une relation de travail gagnant-gagnant : comprendre les besoins de l'agence, mettre en place des règles de travail, partager des valeurs communes, contrôler les étapes

clés et suivre la réalisation du cahier des charges, le dialogue.

Évaluer la collaboration : les critères à prendre en compte, choisir les bons moments pour intervenir, les actions à mettre en place en cas de non satisfaction.

Éviter la dégradation d'une relation : les erreurs à éviter, les facteurs de dégradation, quitter une agence.