

Choisir son agence de communication.

Par Bruno Paillet, directeur du cabinet *conseils&annonceurs associés*.

www.coana.fr

Pour l'auteur de cette lettre, c'est un métier !

Choisir une agence de communication ou plus généralement son prestataire dans les métiers qui touchent au marketing et à la communication exige de la méthode et un peu d'expérience. En se faisant accompagner on bénéficie d'une expertise dans un exercice que l'on n'a pas nécessairement eu l'occasion d'exercer souvent. Mais ce peut être aussi parce que l'on manque de temps, que l'on désire un regard indépendant, enrichi.

Voici 5 règles clés pour bien choisir...

1. Gérer le processus de choix en se donnant les moyens. On ne change pas de partenaire très souvent, raison de plus pour ne pas se tromper et de se donner les moyens d'élargir sa vision pour profiter de nouveaux talents qui arrivent sur le marché.

2. Se donner du temps. Cette notion de temps est à intégrer à différents moments.

Il faut du temps pour rencontrer les candidats... Cela permet de découvrir des personnalités, des méthodes et de se rendre compte si « on se sent bien avec telle équipe ».

Ecrire le cahier des charges... C'est un exercice qui peut impliquer différents interlocuteurs de l'entreprise. Les impliquer en amont est une façon de gagner du temps pour la mise en œuvre. Permettre aux agences de bien travailler...

Ne pas trop faire durer le processus, mais les agences ont besoin de temps pour s'investir sur un sujet, c'est une façon de respecter leur travail et d'installer un protocole de travail efficace.

Présenter leurs travaux dans de bonnes conditions... C'est l'intérêt bien compris de l'entreprise de permettre aux compétiteurs d'avoir du temps pour présenter leurs recommandations. C'est aussi l'intérêt du jury de prendre le temps de recevoir les compétiteurs dans des conditions où l'on reste réceptif...

3. Réfléchir avant de choisir... Il est utile de prendre un peu de recul pour aller au-delà de la première impression, de sa première émotion. Relire les recommandations est bien utile. C'est un moment privilégié pour caler le protocole de travail et démarrer dans les meilleures conditions...
4. Poser de vraies et bonnes questions... C'est bien connu, plus la question est pertinente, plus la réponse est riche et argumentée. Fournir un bon brief est aussi une façon simple de montrer de la considération à ceux que l'on sollicite. Fournir de l'information, poser les vraies questions est une preuve de confiance envers ceux qui vont s'investir pour apporter leur recommandation.
5. Laisser l'accompagnateur gérer le sujet économique. Parler d'argent est toujours délicat, surtout lorsque l'on commence une collaboration. Mais il est important de clarifier le protocole contractuel, sans traîner, afin que l'on puisse se concentrer sur les missions à accomplir. Dans certaines situations, nous intervenons pour trouver la fameuse solution « win-win ». Cela permet d'avancer plus facilement sans entacher la relation.

Notre rôle est d'éclairer, de décoder et de faciliter la décision par un travail autour de la décision. Pour bien choisir, il faut avoir posé la bonne question. Alors la réponse est bien plus simple. Savoir où on veut aller ne peut se déléguer ! En revanche le choix des moyens est toujours multiple... Sachant par ailleurs qu'une question a toujours au moins deux réponses...

Bruno Paillet, bpaillet@coana.fr