

1J

Travailler avec une agence

Évaluez la prestation à sa juste valeur...

L'univers des agences de communication est souvent pour l'annonceur un monde opaque dont la nature des prestations est difficile à évaluer tant d'un point de vue qualitatif que budgétaire. Comment optimiser leurs réponses stratégiques et créatives grâce à un brief précis et complet. Quelles sont les étapes, les interlocuteurs, les livrables indispensables au bon déroulement d'une campagne et aux bonnes relations avec son agence conseil.

1/2 J

< Panorama du marché de la communication >

- ▶ Chiffres.
- ▶ Approche sectorielle et spécialités par métiers.
- ▶ Les typologies d'agences (la philosophie de l'agence).
- ▶ L'offre nationale et régionale.

< Le fonctionnement des agences >

- ▶ Le commercial.
- ▶ Le planning stratégique et le média planning.
- ▶ La création.
- ▶ La fabrication.
- ▶ Le trafic et achats d'art.
- ▶ Réglementation et déontologie.

< Choisir son agence >

- ▶ Les organismes de représentation .
- ▶ Critères de choix.

< Constituer la shortlist >

Benoît BARRAUD
Conseil en développement de mar-
ques.

1/2 J

< Préparer l'appel d'offre >

- ▶ Les étapes préparatoires.
- ▶ Rédiger un brief (exemple de brief type).
- ▶ Évaluation du brief et pièges à éviter.
- ▶ Évaluer le budget (quel investissement ? Pour quel retour ?).
- ▶ Exemples de masses budgétaires par poste.

< Évaluer les réponses et choisir le prestataire >

- ▶ L'élaboration des messages (la copy-stratégie).
- ▶ Le langage publicitaire.
- ▶ Les modèles d'évaluation de la création.
- ▶ Les pré-tests.
- ▶ Évaluer la réponse budgétaire.
- ▶ Exercice : exemples et évaluation de créations publicitaires.

< La relation avec son agence >

- ▶ La mission de l'agence.
- ▶ Bien travailler avec son agence (les attentes de l'agence).
- ▶ Les étapes de réalisation.
- ▶ Les revues et points intermédiaires (présentation d'outils types).
- ▶ Les relations commerciales (les types de rémunération et les contrats).
- ▶ Exercice : rédaction d'un brief type et pré sélection des agences..

< Les objectifs >

- ▶ Comprendre le fonctionnement des agences et gérer la relation.
- ▶ Panorama des agences par spécialité.
- ▶ Préparer l'appel d'offre et la sélection d'agence.
- ▶ Évaluer les réponses stratégiques, créatives et budgétaires.