

## ***Bien travailler avec les agences de communication***

### Critères de choix, budget, contrat, suivi de projet

Avec plusieurs milliards de francs dépensés chaque année dans le monde, la communication publicitaire, media et hors media, est devenue un élément clé de la stratégie de développement des entreprises. Dans ce contexte, travailler le plus efficacement possible avec les agences de communication s'avère crucial.

#### **1. Connaître le monde des agences conseils**

*Grands groupes de communication, agences indépendantes, généralistes ou spécialisées : bien travailler avec une agence, c'est avant tout trouver une structure adaptée à ses besoins.*

##### a. La structure du marché des agences conseils

- Les différentes expertises et spécialisations en agence
- Les groupes de communication : chiffres clés et métier
- Les principales agences indépendantes par métier

##### b. Les différentes fonctions en agence

- Commerciales et stratégiques
- Créatives
- Exécutives

##### c. Les attentes des annonceurs à l'égard des agences

##### d. Les attentes des agences à l'égard des annonceurs

#### **2. Réaliser un appel d'offres**

*Combien d'agences mettre en compétition, préparer correctement son brief, savoir évaluer les propositions d'agences... Tous les éléments clés pour faire les bons choix seront passés en revue.*

##### a. La sélection d'une agence pour un appel d'offres

- Pourquoi faire un appel d'offres ?
- Les règles de l'appel d'offres

##### b. Comment formuler ses besoins ?

- Les clés d'un bon brief
- Les attitudes à adopter et les erreurs à éviter
- Les rubriques incontournables (un modèle de brief sera fourni)

##### c. Critères de choix d'une agence

- Évaluer la réflexion stratégique,
- Évaluer la conception et la création
- Évaluer un budget

#### **3. Rémunération et négociation avec une agence**

*Commission, honoraires forfaitaires, honoraires au temps passé, incentive sur les résultats, les modes de rémunération sont très variés. Savoir décrypter un budget pour identifier les leviers de négociation est une étape indispensable pour rémunérer son agence au prix juste !*

##### a. Principes de base et objectifs d'un système de rémunération

- Une rémunération équitable
- Une rémunération transparente
- Une rémunération justifiée économiquement

##### b. Les différents modes de rémunération

- Rémunération de base et rémunération complémentaire
- Grille tarifaire

##### c. Le rôle du service achats

##### d. Les axes de négociation et les points sur lesquels il faut être vigilant

#### **Objectif**

- Connaître le monde des agences conseils
- Savoir réaliser un appel d'offres
- Rémunération et négociation avec une agence
- La formalisation de la collaboration : le contrat
- Gérer la relation de travail au quotidien
- L'évaluation des résultats de la campagne

#### **Public cible**

Ces journées s'adressent aux responsables marketing, responsables communication, chefs de produits, acteurs des services achat qui souhaitent maîtriser tous les leviers pour bien travailler avec une agence de communication quelle qu'elle soit.

#### **Notre méthode**

Apprentissage fondé sur la pratique, progressions par objectifs pédagogiques de difficulté croissante. Alternance de présentations de concepts et de mises en pratique sur des exercices ou des projets (« métiers») en relation avec l'activité du stagiaire et issu de cas réels vécu en entreprise à partir de méthode andragogique.

**Date : Du 28 au 29 Mai**  
(2 ½ journées)

**Horaire : 08h30 à 12H30**

**Lieu : PULLMAN** (ex Sofitel-Plateau)

**Coût e/ses: 300 000 FCFA / pers**

**Coût part: 150 000 FCFA / pers**

**Nombre de places limités**

**Animateur principal : Mr**

**VALAIRE TEKI**, Directeur

Artistique et Responsable de la  
Création en agence

**14 ans d'expérience en Agence  
de publicité**

## PRESENTATION DE 2IFCOM

1<sup>er</sup> Centre de Formation ivoirien aux technologies multimédia, **2IFCOM** est spécialisé dans les métiers du **Web**, du **graphisme**, de la **conception multimédia** et de **l'informatique appliquée**.

**2IFCOM** est enregistré au RCCVM au N° CI-ABJ-2006-B-2234 et au service des impôts pour le compte contribuable au N° 4105169H.

**Notre Centre de Formation Continue** agréé **FDFP** propose des stages de courte durée et des séminaires destinés aux travailleurs dans les métiers du web, du graphisme, de la conception multimédia et de l'informatique appliquée en vue du renforcement des capacités.

## QUELQUES REFERENCES

- SOTRA	- NOTRE VOIE
- SOPIE	- TRESOR
- SIVOP	- AGEFOP
- PRIMATURE	- CONSEIL GENERAL DE SEQUELA
- DAP	- CTE DES OEUDSTES
- SIVOM	- CTE DES FILLES DE ST PAUL
- IM@GE	- ONUCI

**Et de nombreux particuliers.....**

## CALENDRIER DES SEMINAIRES ET FORMATIONS

DESIGNATION	DATE
<b>SEMINAIRES</b>	
<b>Concevoir et mettre en oeuvre la sécurité du système d'information</b>	Du 22 au 26 juin 2009
<b>Comment tirer profit de son site</b>	Du 22 au 24 juillet 2009
<b>Écrire pour le Web : spécial banque et assurance</b>	Du 20 au 21 août 2009
<b>Utilisation sécurisée d'Internet en entreprise</b>	Date à déterminer
<b>FORMATION PRATIQUES</b>	
Concevoir, réaliser, administrer un site	Tous les mois
Pratiquer Photoshop	Tous les mois
Maîtriser le document électronique pdf	Tous les mois
Mettre en page avec Xpress ou InDesign	Tous les mois
Réaliser une vidéo numérique	Tous les mois
Monter un film avec Adobe Première Pro	Tous les mois
Passer à la 3D avec 3D Studio Max	Tous les mois

## FICHE D'INSCRIPTION

### LE STAGIAIRE

**Nom et prénoms :** .....

**Profession / fonction :** .....

**Niveau d'études :** .....

**Téléphone (s) :** .....

**E-mail :** ..... **Skype :** .....

**Ville :** ..... **Pays :** .....

### L'EMPLOYEUR (ENTREPRISE)

**Cigle :** .....

**Dénomination :** .....

**Secteur d'activités :** .....

**Téléphone (s) :** .....

**Site web ou blog :** ..... **E-mail :** .....

**Nom du décideur :** .....

**Fonction du décideur :** .....

**Module de formation :** .....

**Montant versé à l'inscription :** .....

NB : adresser les chèques à l'ordre de 2IFCOM

Fiche à retourner par fax à l'attention de la « Formation Continue », ou à déposer au siège de 2IFCOM

**Date d'inscription :** ..... **Lieu (ville) :** .....

Signature du stagiaire

Signature du décideur (et cachet de l'employeur)