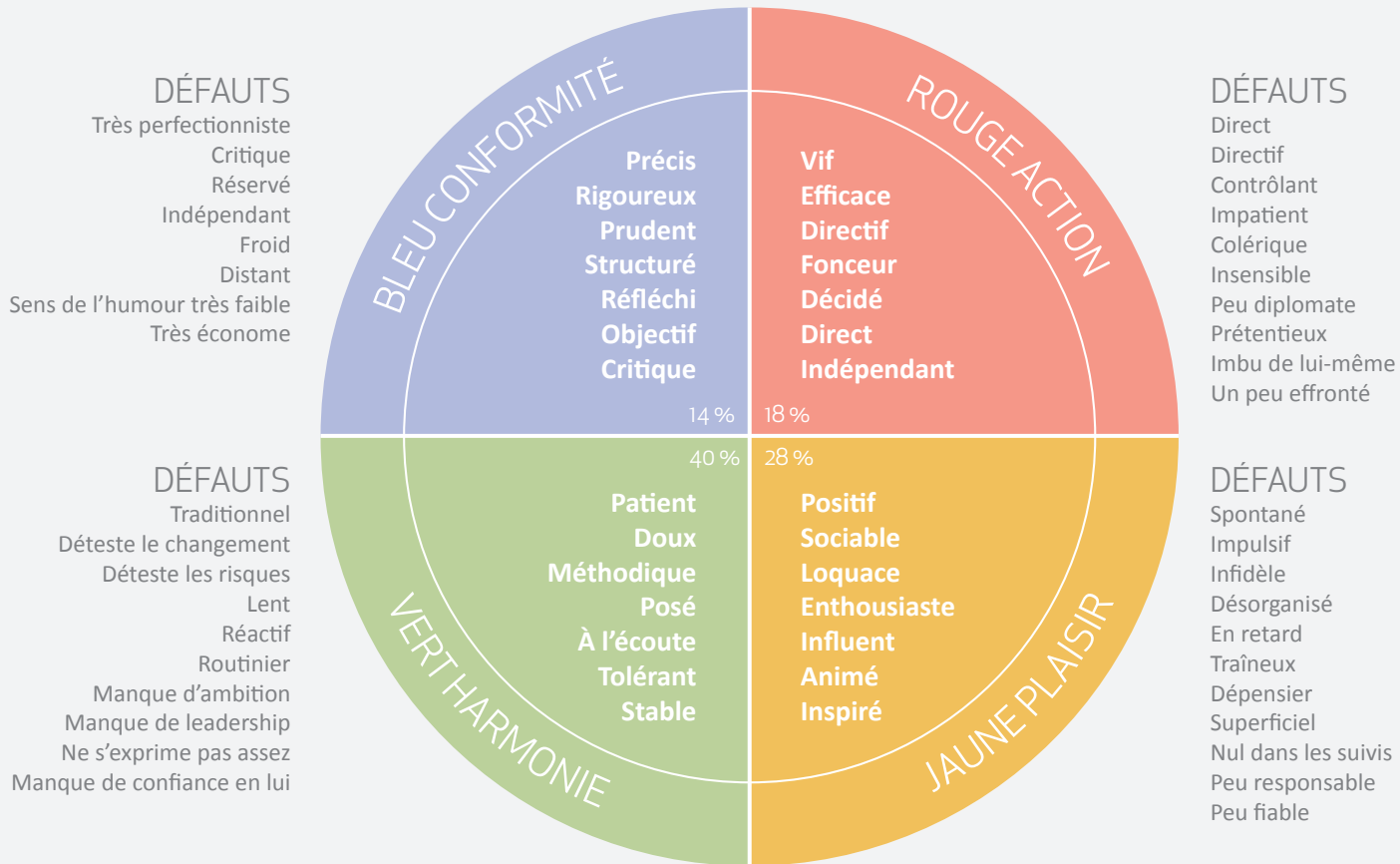


# CLIENT, CRÉATION, CONSEIL.

**COMMENT GÉRER LES ATTENTES  
POUR EN TIRER LES RÉCOMPENSES**

Par Catherine Patry

# UN RÔLE SELON VOTRE PERSONNALITÉ



# POURQUOI TRAVAILLEZ-VOUS EN AGENCE?



---

**Chacun a ses motivations...** mais la recette du succès reste la même

# SERVEZ-VOUS À TRAVERS VOS CLIENTS



---

## **LA PROGRESSION DE CARRIÈRE N'EST PAS UNE MÉRITOCRATIE.**

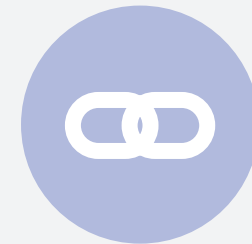
Soyez au bon endroit, au bon moment, avec les bonnes personnes qui croient en vous. Et sachez les utiliser.



---

## **VOTRE TALENT N'EXISTE QUE DANS LE REGARD DES AUTRES.**

Sans destinataire, la communication échoue. Sans client, le travail perd sa valeur. Sans client content, le travail n'a pas de valeur.



---

## **LA COMMUNICATION- MARKETING**

### **EST UNE COLLABORATION.**

Les forces de tous profitent à chacun. Client + agence doivent avoir le même objectif et les mêmes mesures de succès.

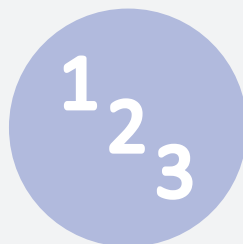
# C'EST POURTANT SI SIMPLE



---

## COMPRÉHENSION

PLANIFIEZ VOTRE CIBLE  
(QUI EST VOTRE CLIENT).  
QUELLES SONT SES  
ATTENTES ?



---

## ACTIONS

MISEZ SUR LES BONNES  
PRIORITÉS ET LA GESTION  
DES ATTENTES.



---

## RÉCOMPENSES

PLUS DE VALIDATION,  
MOINS DE FRUSTRATIONS !

# 4 NIVEAUX D'ATTENTES





ATTENTES PRATIQUES

---

# ATTENTES PRATIQUES

## DEUX GRANDES ACTIONS DANS SA VIE

---

DEMANDER

PAYER

## D'OÙ SES DEUX GRANDES QUESTIONS

---

EST-CE  
POSSIBLE ?

EST-CE QUE  
ÇA VA ÊTRE  
LIVRÉ À  
TEMPS ?

---

Livrez ce sur quoi vous vous êtes commis, quoi qu'il arrive



# PERTINENCE

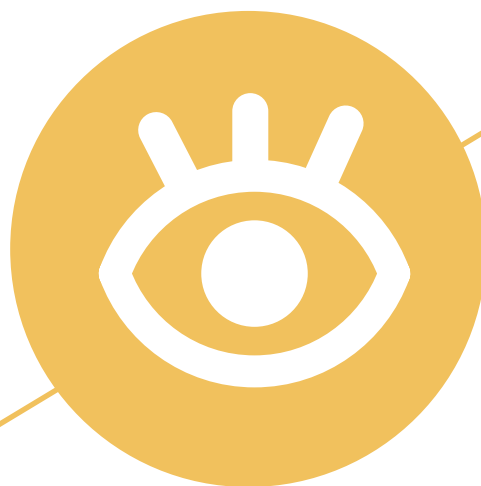
**Vous êtes  
un coût**



**Avez-vous  
un rôle à jouer ?**

# CURIOSITÉ

**Les questions  
sont permises**



**Intéressez-vous à  
l'entreprise, faites des  
liens et replacez les  
choses en contexte**

# PROACTIVITÉ

**Les rencontres,  
ça se prépare**



**Profitez de sa visite  
pour maximiser  
votre contact**

**Anticipez les réactions  
et prévoyez vos  
arguments**

# AUTHENTICITÉ

**Dites-le si ça ne  
marche pas**



**Gardez la foi  
et le *fun*, même  
en *rush***

# GÉNÉROSITÉ

**C'est dans  
l'adversité qu'on  
voit ses alliés**



**Donnez et vous  
recevrez**

# RIGUEUR



**La qualité la plus évidente**

**Tout ce qui est envoyé doit être impeccable, quel que soit l'empressement**

# ÉTABLISSEZ LES BONNES BASES

**Client bien géré =  
Client heureux**



**Cela permet de bâtir  
le niveau supérieur :  
la relation**

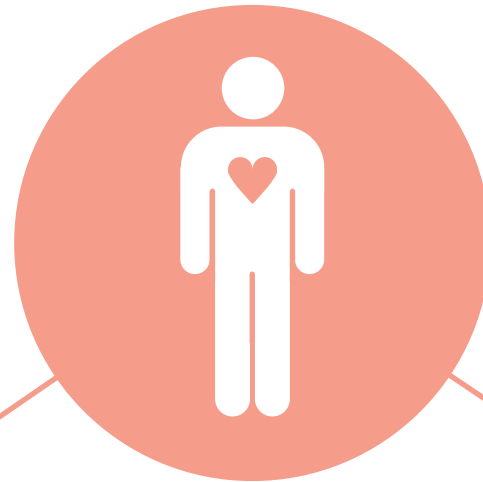


# ATTENTES RELATIONNELLES

---



# ATTENTES RELATIONNELLES

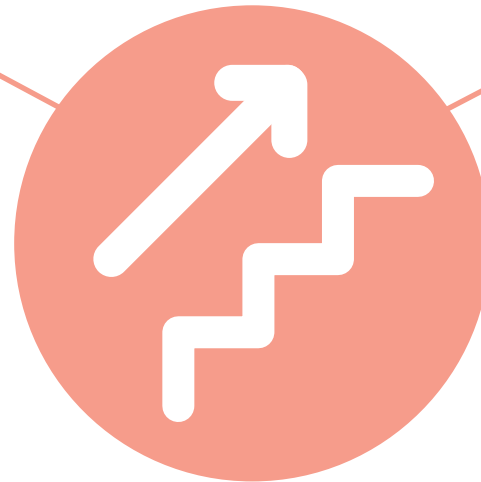


**Comme vous, c'est  
un humain avec ses  
désirs, ses angoisses,  
ses forces et ses  
faiblesses.**

**Entretenez la  
flamme**

# NOUVEAUX DÉPARTS: LA PHASE D'APPRENTISSAGE

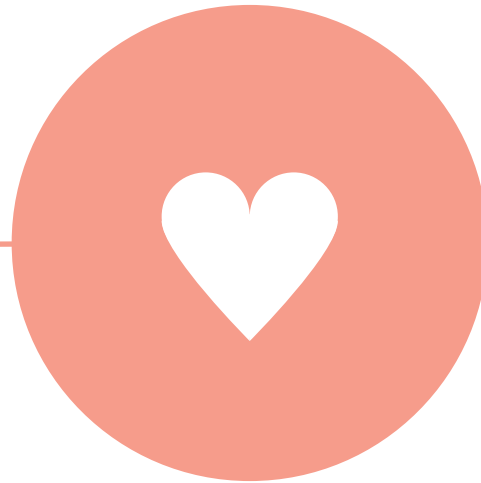
**Si le client est nouveau dans son rôle, proposez des moyens pour l'aider à atteindre rapidement un niveau de confort**



**Si l'agence est nouvelle dans son rôle, n'hésitez pas à demander toute l'aide nécessaire**

# DE LA FRÉQUENTATION À LA RELATION

**Comme dans  
un couple, les deux  
parties doivent  
s'investir**



**Renforcez les liens  
et votre valeur  
augmentera**

# « VIEILLES » RELATIONS: SAVOIR SE RENOUVELER

**Réévaluez  
régulièrement le  
travail de chacun  
de façon objective  
et transparente**



**Ne prenez rien  
pour acquis, surtout  
quand les joueurs  
changent**

# SOYEZ UN PARTENAIRE DE CONFIANCE

**Plus vous «baignez»  
dans la marque,  
moins le client peut  
se passer de vous**



**Ce qui nous amène  
au prochain niveau :  
la stratégie**



# ATTENTES STRATÉGIQUES

---

# ATTENTES STRATÉGIQUES

**Le travail du client  
n'est pas de lancer  
des campagnes,  
mais d'atteindre des  
objectifs d'affaires**

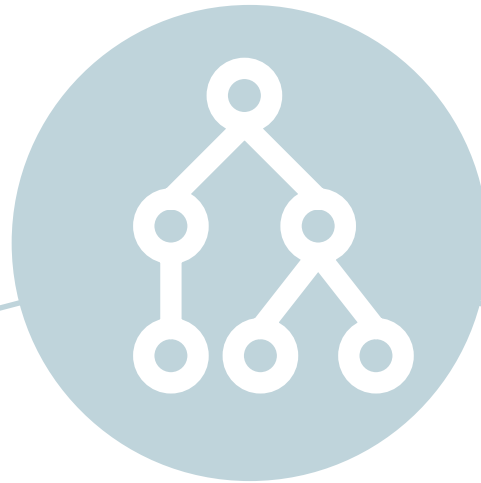
**Les campagnes ne  
sont qu'un moyen  
d'y parvenir.**



**Ancrez vos  
initiatives dans  
les enjeux d'affaires**

# ENJEUX D'AFFAIRES INTERNES: QUI SONT LES CLIENTS DU CLIENT?

**La communication marketing n'est qu'une fraction des activités de l'entreprise. Qui peut elle-même être divisée entre unités d'affaires matricielles.**

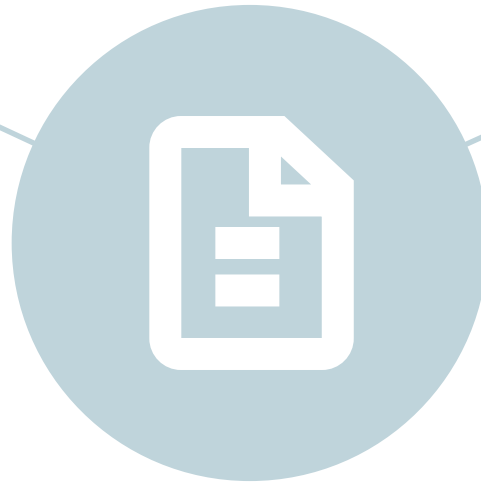


**Considérez l'entreprise dans son ensemble (aspects opérationnels, financiers, légaux, etc.) et identifiez les rôles et priorités de chacun**



# ENJEUX D'AFFAIRES EXTERNES: ALIMENTEZ LA CONNAISSANCE

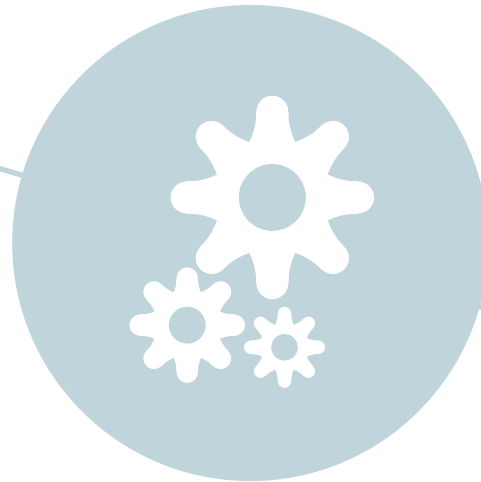
**Votre client ne peut  
pas tout savoir ni  
tout expliquer**



**Cherchez, lisez,  
questionnez. Restez à  
l'affût des tendances,  
menaces et occasions  
du marché et de  
l'industrie.**

# DEVENEZ UN ACTIF DE L'ENTREPRISE

**En comprenant mieux les rouages, vous présenterez des propositions plus pertinentes et vous entendrez plus souvent «Oui» !**



**Reste à affronter le défi ultime : la politique**



ATTENTES POLITIQUES

---

# ATTENTES POLITIQUES

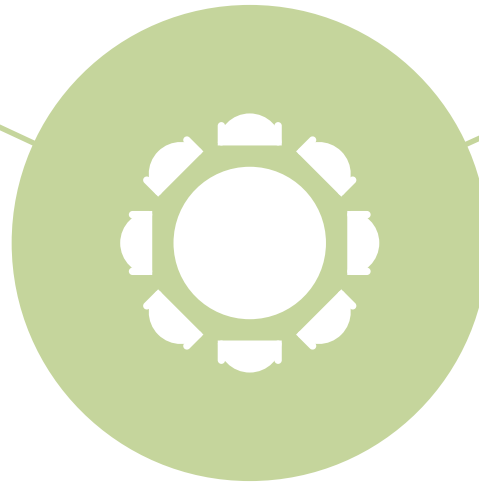
**Sa carrière dans  
l'entreprise  
ne dépend pas  
seulement de ses  
performances  
objectives**



**Aidez-le à gagner  
ses batailles**

# HIÉRARCHIE

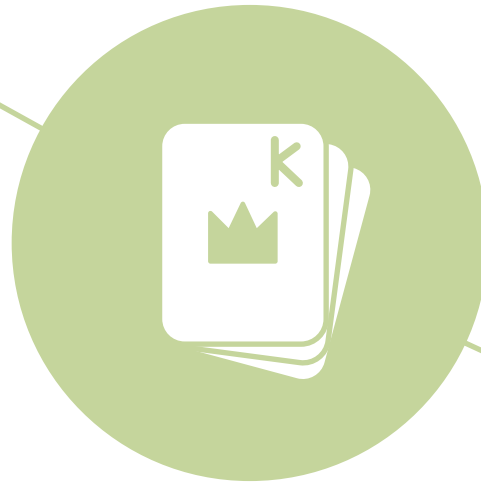
**Selon leur niveau dans l'échelle, les membres de l'équipe cliente ont des priorités différentes : strat, budget, échéancier, etc.**



**Anticipez les préoccupations de chacun autour de la table afin d'adapter votre discours**

# JEUX DE POUVOIR

**Identifiez les sphères d'influence qui pèsent sur votre client au sein de son département (RP, commandites, etc.) et dans les autres fonctions de l'entreprise (ventes, légal, ressources)**



**Identifiez l'influence et les leviers qu'il possède en retour**

# RÉPUTATION

**Comment votre client est-il perçu ?  
Qui sont ses alliés et ses antagonistes ?  
Où sont les conflits ?**



**Acclimitez-vous à son style de leadership pour mieux comprendre d'où viennent les décisions et où se trouvent les solutions**

# OBTENEZ UN STATUT PRIVILÉGIÉ

**Votre client sera attiré naturellement vers votre agence, et prendra du plaisir à vous rencontrer !**



**L'exécution de vos tâches ne suffit pas pour progresser**

**Ne perdez pas de vue votre positionnement auprès du client et de l'industrie**



SI VOUS DEVIEZ RETENIR UN SEUL CONSEIL...



**vos clients et vous atteindrez le bonheur en agence !**

---

# MERCI!

Questions ?  
[patrycatherine@gmail.com](mailto:patrycatherine@gmail.com)

---