



PETIT GUIDE

de collaboration avec une agence-conseil
en Marketing Services



MARKETING SERVICES

Grilles Lexique Fonctions Exemples de coûts

Les agences de Marketing Services sont arrivées à une phase de maturité qui les conduisent naturellement à définir leur périmètre, à s'organiser, à se professionnaliser.

Ce Petit Guide de collaboration avec une agence-conseil en Marketing Services découle de cette triple constatation. Il permet de mieux appréhender les fondamentaux d'une agence-conseil en Marketing Services en termes de savoir-faire et de compétences. Les 6 points-clés de l'homologation mise en place par l'AACC Marketing Services et BUREAU VERITAS Certification, démontrent l'engagement de nos agences vis à vis de nos clients.

Ce guide expose, avec la volonté d'aller toujours plus en avant, nos positions et préconisations sur les consultations et les relations entre un annonceur et son agence de Marketing Services (brief, prix moyens constatés par fonction), en s'appuyant sur le travail déjà réalisé par l'AACC (le guide des Relations Agences-Annonces UDA/AACC, enquête tarifaire...).

Une clarification précieuse pour nos annonceurs et nos agences de Marketing Services, tous deux soucieux d'optimiser les collaborations, pour réussir ensemble les grands enjeux de la communication du XXI^e siècle.

Catherine Michaud
Présidente AACC Marketing Services

| | |
|---|------|
| Nos métiers (périmètre, types d'agence) | p.3 |
| L'homologation "agence conseil" en 6 points | p.3 |
| Grille type de rémunération | p.4 |
| Lexique | p.5 |
| Prix moyens constatés par fonction | p.5 |
| Prestations techniques | p.6 |
| Lexique | p.7 |
| Consultations, débits | p.8 |
| Grille type d'évaluation | p.9 |
| Petit guide de brief | p.10 |

1) Périmètre



2) Types d'agence

Généralistes ou spécialisées

Une agence-conseil en Marketing Services est en mesure de proposer :

- Soit **une ou plusieurs expertises dans un domaine** (marketing direct, promo, web, etc.) renforcées par des spécialistes intégrés, nécessaires à la bonne pratique de leur spécialisation.

- Soit **une palette complète de différentes expertises** de communication, celle-ci étant offerte en général par les agences affiliées à des groupes de communication, laissant à l'annonceur la possibilité de choisir tout ou partie des services proposés.

Pour clarifier leur offre, les agences se positionnent en revendiquant une ou plusieurs de ces expertises. Certaines font d'une expertise unique un élément de réputation et d'image, notamment lorsqu'elle repose sur un secteur (VPC), un marché (mode, textile), une cible déterminée (enfants, seniors), un type de média (web), une technique de communication spécifique (événementiel), etc.

L'homologation agence de Marketing Services en 6 points

- 1 l'agence de Marketing Services exerce à la fois les métiers de **conseil, création** et **mise en œuvre**
- 2 l'agence de Marketing Services garantit le respect de bonnes pratiques dans la **gestion des RH**
- 3 l'agence de Marketing Services met en place une **organisation structurée** de ses activités
- 4 l'agence de Marketing Services met les moyens en œuvre pour assurer la **sécurité informatique et juridique** des campagnes qu'elle conçoit
- 5 l'agence de Marketing Services met en œuvre une **relation commerciale** saine et justifiée avec ses clients
- 6 l'agence de Marketing Services développe sans cesse un **niveau d'expertise** dans ses métiers

BUREAU VERITAS
Certification



GRILLE TYPE RÉMUNÉRATION AGENCE-CONSEIL

POSTES*

MODES DE CALCUL

HONORAIRES CONSEIL MARKETING / COM

- enveloppe forfaitaire
- au temps passé
- en pourcentage du budget total

HONORAIRES COMMERCIAUX / SUIVI DE DOSSIER

- enveloppe forfaitaire
- au temps passé
- en pourcentage du budget total

HONORAIRES PLANNING STRATÉGIQUE

- enveloppe forfaitaire
- au temps passé

HONORAIRES DE CREATION

- forfait par outil
- forfait global
- au temps passé

HONORAIRES SERVICE BASES DE DONNÉES

- enveloppe forfaitaire au projet
- au temps passé
- en fonction du volume de données de la base hébergée

HONORAIRES ANALYSES STATISTIQUES

- enveloppe forfaitaire au projet
- au temps passé

HONORAIRES ANALYSES / RÉSULTATS

- au temps passé
- en pourcentage des frais de gestion

DROITS AGENCE

- enveloppe forfaitaire au projet
- en pourcentage du budget total

INCENTIVE

- enveloppe forfaitaire au projet
- en pourcentage du budget total

Lexique

Droits agence : l'agence est titulaire des droits attachés à la création qu'elle a réalisée. La rémunération de l'agence attachée à la cession de ces droits correspond à la contrepartie du droit d'exploiter la création par l'annonceur.

Honoraires analyses / résultats : temps passé par la direction et les commerciaux sur l'étude et l'analyse des résultats de l'action.

Honoraires analyses statistiques : temps passé par les statisticiens pour réceptionner, traiter, normaliser, analyser et interpréter les données clients collectées en base.

Honoraires commerciaux / suivi : temps passé par la direction et les commerciaux de l'agence sur le suivi, l'organisation, la coordination du projet.

Honoraires conseil et marketing-com : temps passé par la direction, le planning stratégique et les commerciaux de l'agence sur le conseil et le marketing-com.

Honoraires de création : temps passé par les créatifs (directeur(s) de création, directeur(s) artistique(s), concepteur(s) rédacteur(s)) pour l'élaboration du concept créatif et le suivi créatif du projet.

Honoraires de planning stratégique : veille stratégique (concurrence...), analyse du dossier et élaboration d'une stratégie de communication, d'une stratégie créative et d'une stratégie opérationnelle.

Honoraires de service bases de données : temps passé par les équipes informatiques pour concevoir (cahier des charges) et développer la base de données. S'y ajoutent généralement les frais liés à l'hébergement des données et à la licence du logiciel utilisé pour gérer la base.

Incentive : rémunération complémentaire qui vient s'ajouter à la rémunération de base retenue pour mieux prendre en compte l'efficacité et la rentabilité. À titre indicatif, cette part varie entre 10% à 20% des honoraires de l'agence.

Prix moyens constatés par fonction/jour*

Equipes conseil et commerciales

| | |
|--------------------------------|-------|
| • Chef de projet junior | 650€ |
| • Chef de projet senior | 810€ |
| • Directeur clientèle | 1100€ |
| • Directeur commercial/conseil | 1500€ |
| • DG | 2025€ |

Equipes créatives

| | |
|-------------------------------|-------|
| • Maquettiste | 600€ |
| • Directeur artistique junior | 685€ |
| • Directeur artistique senior | 995€ |
| • Concepteur rédacteur junior | 720€ |
| • Concepteur rédacteur senior | 990€ |
| • Directeur de création | 1500€ |

Planning stratégique

| | |
|----------------------------------|-------|
| • Planner junior | 750€ |
| • Planner senior | 1035€ |
| • Directeur des stratégies | 1325€ |
| • Directeur planning stratégique | 1900€ |

BDD et analyses statistiques

| | |
|-------------------------|-------|
| • Consultant junior | 895€ |
| • Consultant senior | 1165€ |
| • Directeur général BDD | 1910€ |

Développement informatique et web

| | |
|----------------------------------|------|
| • Intégrateur monteur flash/html | 635€ |
| • Développeur junior | 745€ |
| • Designer multimedia | 755€ |
| • Webmaster | 845€ |
| • Développeur senior | 985€ |

* Ces prix moyens constatés résultent d'une enquête AACC Délégation Marketing Services réalisée en 2006 et varient en fonction du degré de seniorité, de spécialisation et d'expérience des équipes en place et des spécificités des entreprises. Les parties restent libres de fixer dans un document contractuel les tarifs.

PRESTATIONS TECHNIQUES

- Frais techniques de création • Achat d'art
 - Editions • Gestion base de données
 - Gestion statistiques

- Webdesign et intégration
 - Développement
 - Hébergement
 - Référencement
- Dépôt de nom de domaine
 - Design sonore
 - Vidéo
- Frais techniques de création
 - Achat d'art

Web

MD

CRM

- Frais techniques de développement
- Logiciels
- Statistiques

Design

- Frais techniques de création
 - Achat d'art
 - Editions

Réseaux

- Frais techniques de création
- Achat d'art
- Editions
- Matériel divers
- Logistique

Media

- Frais techniques de création
 - Achat d'art
 - Editions
- Productions audio-visuelles

Promo

- Frais techniques de création
- Achat d'art
- Editions
- Dotations / primes
- Frais gestion de remontées

Street

- Frais techniques de création
 - Achat d'art
 - Editions
- Hôtesse/personnel
- Logistique

Lexique

- Achat d'art** : prises de vue, stylisme, achats de photos, illustrations, roughs, droits...
- Dépôt noms de domaine** : réservation du nom du site auprès des autorités compétentes.
- Dotations** : primes, cadeaux offerts ou mis en jeu.
- Design sonore** : enrichissement sonore du site (musique, animations sonores, etc.).
- Développement** : phase de production du site incluant la programmation.
- Droits agence** : nom de domaine, sites internet, éditions, packaging et toutes créations réalisées par l'agence et retenues par l'annonceur (voir "droits agence p.5).
- Editions** : supports imprimés réalisés pour les besoins de l'opération (dépliants, affiches, lettres, etc.).
- Frais techniques de création** : maquettes, exéc, sorties, cd, etc.
- Gestion BDD** : gestion de bases de données. Mise en place, enrichissement et mise à jour de la base de données reliée au site.
- Gestion de remontées** : frais fixes et variables de gestion des demandes ou participations (vérification, saisie, manutention, affranchissements...).
- Hébergement** : installation du site sur un serveur dédié ou mutualisé.
- Référencement** : procédures de déclaration du site aux moteurs et annuaires de recherche.
- Statistiques** : abonnement et analyse de la fréquentation du site.
- Vidéo** : tournage film ou animation audio-visuelle pour les besoins du site.
- Webdesign et intégration** : intégrations, conception fonctionnelle, rédaction du storyboard, intégration des pages html, tests et optimisations.



Consultations

Montant du budget

de 100 K€ à 10 M€

Nombre de jours travaillés

de 10 à 50 jours

Montant du dédit*

de 2 à 25 K€

* Montants moyens constatés.
Les parties restent libres de fixer dans
un document contractuel les règles
d'indemnisation.

La sélection d'une agence conseil en 5 points

- 1 une pré-sélection de **3 agences maximum** et identifiées
- 2 un **brief de qualité**, et validé par les décideurs
- 3 des **délais suffisants** pour répondre correctement au brief
- 4 une **évaluation** à partir de critères objectifs définis au préalable
(voir grille)
- 5 un **budget** clairement défini dès le brief

Grille type d'évaluation

| | | | |
|---|--|--|--|
| Compréhension de la problématique de l'annonceur | | | |
| Niveau de connaissance du marché et de ses particularités | | | |
| Clarté et pertinence des recommandations stratégiques | | | |
| Qualité de la création | | | |
| Qualité du dispositif opérationnel présenté | | | |
| Capacité à obtenir et à mesurer les résultats | | | |
| Cohérence et originalité des opérations proposées | | | |
| Pertinence proposition financière | | | |

1 – ENTREPRISE, PRODUITS

Rappel de l'histoire et de ses produits

2 – ENVIRONNEMENT

Marché, produits, concurrents, les cibles prioritaires, intermédiaires, usages et attitudes, contraintes réglementaires,...

3 – DONNÉES CHIFFRÉES ESSENTIELLES

Notoriété, image, parts de marché, taux de fidélité, PMG, existence de BDD et études...

4 – STRATÉGIE DE COMMUNICATION

De l'entreprise et de ses marques, celle des concurrents et de leurs évolutions

5 – OBJECTIFS

Commerciaux, marketing, image et moyens stratégiques envisagés

6 – LE PROBLÈME POSÉ , RESULTATS ATTENDUS

En termes de communication, de résultats commerciaux, et rappel du message que la campagne doit faire passer

7 – PRESTATIONS AGENCE ATTENDUES

Services, travaux, aspects internationaux...

8 – CADRE BUDGÉTAIRE

Budget validé par décisionnaire, dédit prévu

9 – MODES DE COLLABORATION ENVISAGÉS

Type de contrat, système de rémunération, critères d'évaluation des performances de la collaboration, etc

10 – PLANNING DES OPERATIONS

- Le brief doit être écrit et validé par le décideur
- Il privilégie les informations synthétiques, en phase avec le problème posé ou l'action envisagée (vs la quantité d'infos)
- Il est présenté et commenté oralement à l'agence qui peut dès lors approfondir et poser les questions

DELEGATION MARKETING SERVICES

ADELANTO
www.adelanto.fr

COMME UN EQUIPAGE
www.commeunequipage.com

COMMUNIDER
www.communider.com

DRAFT FCB
www.draftfcf.com

ETO
www.eto.fr

COMPAGNIE 360 EURO RSCG
www.eurorscgcie360.com

EXPERTEASE
www.expertease.biz

FULLSIX
www.fullsix.com

G2 PARIS
www.g2paris.com

K AGENCY 360
www.k-agency.com

LE PUBLIC SYSTEME M
www.le-public-systeme.com

MARQUETIS
www.marquetis.fr

MEURA
www.meura.fr

MRM PARTNERS
www.mrmfrance.com

NDC & ASSOCIES
www.ndc.fr

OGILVYONE WORLDWIDE
www.ogilvy.com

PASSAGE PRIVE
www.passageprive.com

PIMENT
www.piment.fr

PROXIMITY BBDO
www.bbdo-paris.com

PUBLICIS DIALOG
www.publicis-dialog.fr

RAPP COLLINS
www.rappcollins.fr

RMG:CONNECT
www.rmgconnect.com

SIDIESE
www.sidiese.com

SINGAPOUR
www.singapour.com

TEQUILA
www.tequila-france.com

THE BRAND NATION by Aastuce
www.thebrandnation.com

THE MARKETINGGROUP, Pôle Marketing Services
www.themarketinggroup.com

WUNDERMAN
www.wunderman.com



40, Bd Malesherbes 75008 PARIS
Tél : 01 47 42 13 42 - Fax : 01 42 66 59 90
www.aacc.fr - info@aacc.fr