

Comment les dircoms utilisent le Guide InterMédia

Nous savions que le Guide avait beaucoup de succès dans les directions marketing communication. Mais pas toujours comment il était utilisé par leurs responsables. Nous avons interrogé une dizaine de dircoms sur leur pratique du Guide (extraits).

Pour ceux qui privilégient la région

Murielle Blanc, directrice marketing de Somfy à Cluses :

« Le Guide InterMédia est sur une étagère, derrière mon bureau. Je l'utilise quand je dois faire une consultation et cherche une agence sur une thématique.

Je regarde les agences en fonction des annonceurs qu'elles gèrent pour définir leur taille et leur budget. Je recherche plutôt des professionnels qui travaillent dans des problématiques similaires aux nôtres (BtoB et BtoC).

Le Guide est utile, car je privilégie les agences de la région Rhône-Alpes. Il m'arrive de le prêter en interne. Je préfère la version imprimée, cela va plus vite en feuilletant. »

Bien organisé par secteur

Julie Marconnet, service communication à Renault Trucks, à Saint-Priest :

« Quand je reçois le Guide InterMédia, je le feuillette tout de suite. Je prends le temps de le découvrir ! Je regarde qui sont les annonceurs et comment les agences font leur propre communication. En fonction des besoins, je le reprends pour chercher les coordonnées d'agences ou simplement pour retrouver certains contacts. Je le prête également à des amis ou des communicants d'entreprise qui cherchent des conseils dans leur recherche d'agence. Je pars du sommaire. Je privilégie l'édition imprimée, nous passons déjà beaucoup de temps sur le numérique et les écrans. Dans le Guide, je prends le temps de chercher, de le feuilletter. »

Je préfère la version papier

Nelly Déchery, directrice de la communication à IP Santé Domicile à Lyon :

« Quand je suis arrivée à Lyon le Guide InterMédia m'a été très utile. Je ne connaissais pas les agences régionales, à l'exception des parisiennes qui ont un bureau local. Dans le Guide j'ai recherché quelles étaient les agences de conseil et j'ai complété la lecture par une connexion sur les sites Internet indiqués. J'ai utilisé la version papier uniquement. »



Un outil d'aide à la décision

Hélène Badon-Murgue, directrice de la communication chez Sanofi à Lyon :

« Je considère le Guide InterMédia comme un Guide de référence sur toute l'offre régionale de services en termes de communication et de marketing. C'est un outil de sourcing précieux pour repérer des prestataires de service dans la région. Notre Groupe est très structuré en matière d'achats, nos fournisseurs sont référencés au niveau global. Cependant, sur un projet spécifique, nous pouvons aussi mobiliser de nouvelles compétences externes et dans ce cas nous piochons dans les différentes rubriques pour privilégier les partenaires régionaux. L'index est bien fait. Le Guide m'est familier, je m'y retrouve parfaitement. C'est un outil supplémentaire d'aide à la décision. »

Utile pour challenger ses partenaires

Nadia Laurent, responsable de communication chez Veka à Thonon-les-Bains :

« Le Guide InterMédia est un bon outil pour prendre du recul. Nous recevons de nombreuses sollicitations et il n'est pas toujours facile de faire le tri. Chez Veka, nous mettons plutôt en place des relations de travail sur la durée. Toutefois, il reste utile et nécessaire de challenger ses partenaires. Le Guide correspond à ce moment d'interrogation. »

Pour faire une première sélection

Michel Albert, directeur de la communication des supermarchés Sherpa à Saint-Félix :

« Le Guide InterMédia est un outil intéressant, car il regroupe un vaste panel des différents prestataires de la communication au sens large. Quand nous avons changé d'agence en 2013, nous avons travaillé avec le Guide pour faire une première sélection avant de lancer la consultation. »

Quand je cherche, je trouve !

Willy Vendeville, directeur de la communication chez Socara à Saint-Quentin-Fallavier :

« Cela fait un moment que je n'ai pas consulté le Guide InterMédia, mais je l'ai à proximité immédiate. Je l'utilise surtout lorsque je recherche des prestataires dans le domaine des PLV, de l'affichage ou que j'ai besoin d'un photographe, cela dépend du besoin. Je consulte la version papier du Guide. Mon utilisation est basique. Je recherche d'abord dans l'index quand j'ai déjà un nom de société ou alors je recherche dans le domaine de savoir-faire. Une chose est sûre : quand je cherche, je trouve ! »

Toujours sur mon bureau

Sébastien Dumas, directeur de la communication de Focal JMLab à La Talaudière :

« Je n'utilise pas le Guide InterMédia au quotidien. L'usage est dédié à un besoin spécifique pour une recherche précise sur un sujet donné. Le Guide circule dans l'ensemble du service. J'ai toujours un exemplaire du Guide posé sur mon bureau, il y reste toute l'année. Pour aller plus vite, nous mettons des post-its sur les sélections déjà faites. »

