

COMMENT ABORDER LES INDEMNISATIONS AVEC VOS CLIENTS/PROSPECTS ?

1 / UNE DÉMARCHE LÉGITIME

État des lieux

Aujourd'hui l'investissement dans les compétitions représente 7% du CA annuel des agences du Leads. C'est considérable et c'est surtout un modèle économique qui n'est plus viable pour nous.

Apporter une réponse de qualité à une consultation mobilise des équipes de créatifs et de concepteurs. Elle nécessite des brainstormings pour faire émerger la bonne idée et la mise en scène qui fera la différence, des études techniques, logistiques. Un volume de temps et un investissement que nous ne pouvons pas offrir aux acheteurs.

C'est aussi à ce moment que s'exprime notre plus grande valeur ajoutée, celle de mettre en scène les marques et nous l'offrons gratuitement, dévalorisant ainsi sa valeur psychologique.

LE LEADS AUX CÔTÉS DE LA FILIÈRE COMMUNICATION SE MOBILISE POUR INVERSER LA TENDANCE, FAIRE ÉVOLUER LES MENTALITÉS ET RENDRE CET ÉCOSYSTÈME PLUS VERTUEUX.

Nous voulons faire bouger les lignes en proposant de nouvelles règles pour les compétitions et appels d'offres design & stand. Parmi elles, une sélection restreinte des candidats et une indemnisation pour l'investissement que représente la réalisation d'une réponse qualitative, nous semblent primordiales.

Une approche du métier qui est légitime & déjà applicable pour les marchés publics.

Pour info, dans le code de la commande publique :

L'article R2151-15 du Code de la Commande publique dit que « l'acheteur peut exiger que les offres soient accompagnées d'échantillons, de maquettes ou de prototypes ainsi que de tout document permettant d'apprécier l'offre. Lorsque ces demandes impliquent un investissement significatif pour les soumissionnaires, elles donnent lieu au versement d'une prime. »

C'est pourquoi nous vous proposons cette fiche pratique afin de vous aider dans l'argumentation face à vos clients.

2 / COMMENT ABORDER LE SUJET / RÉPONDRE AUX OBJECTIONS

QUEL DISCOURS AVOIR FACE AUX ACHETEURS, CLIENTS, PROSPECTS ?

« Notre agence s'inscrit dans une nouvelle démarche, plus responsable, plus juste qui contribue à la pérennité de l'entreprise et de nos emplois, afin que l'on puisse collaborer encore longtemps avec vous. »

◦ **Pourquoi short-lister ?**

C'est s'inscrire dans une démarche responsable :

En short-listant des agences avec lesquelles vous voulez travailler, vous choisissez des agences qui vous ressemblent. Sélectionnez-les en fonction de leurs références, leurs expertises et leur approche métier, privilégiez la qualité à la quantité.

Limitier le nombre de candidats, c'est aussi être dans une démarche gagnante-gagnante :

- Un gain de temps pour vous acheteur, qui se concentre sur l'analyse d'offres pertinentes.
- Un gain en qualité, une agence short-listée s'impliquera à 200% dans une réponse sur-mesure si elle a plus de chances de gagner.

◦ **Pourquoi indemniser ?**

Quelques arguments à donner :

- Indemniser c'est attirer les meilleurs candidats et garantir leur engagement.
- Indemniser c'est établir une relation de confiance & d'investissement réciproque avant même le début de la collaboration.
- Indemniser c'est opter pour une démarche responsable, en n'exploitant pas jusqu'à épuisement les ressources économiques et humaines des candidats.

RÉPONDRE AUX OBJECTIONS

Les indemnités sont trop élevées

Il est logique que plus vous demandiez du travail, plus le montant de l'indemnité augmente, mais on peut vous proposer différents niveaux de livrables pour minimiser les coûts.

Les indemnités ne sont pas prévues

Les indemnités sont à envisager dans votre budget global. S'engager sur la présélection d'un nombre de candidats peut permettre de définir une enveloppe allouée aux réponses.

Vous êtes les seuls à me le demander

Cela me surprend, je suis donc le seul à vous donner l'occasion de rendre vos démarches plus responsables. Les agences sont de plus en plus nombreuses à prévoir des indemnisations. Cela va devenir incontournable.

UN PEU DE RÉPARTIE

Les compétitions systématiques, c'est être en période d'essai permanente.

Dans quel métier, on travaille sans être payé ? Est-ce que vous vous l'accepteriez ? Moi je ne peux pas car cela fait du tort à mon entreprise.

On se bat contre le gaspillage de savoir-faire. C'est en phase de création que l'on vous livre notre plus grande valeur ajoutée, il est donc normal qu'elle ait un coût.

Au restaurant lire le menu c'est gratuit, par contre pour goûter son plat il faut payer.