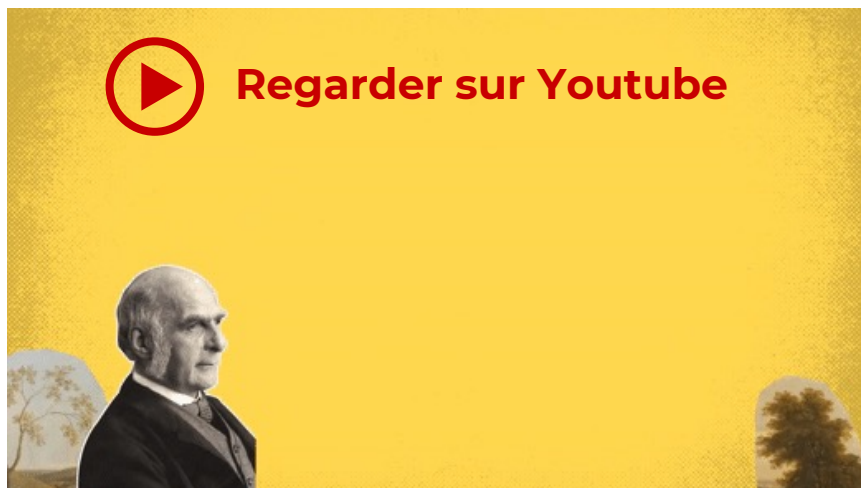




Réfléchissons ensemble aux
indemnisation des études

CONFÉRENCE: LIENS UTILES



<https://www.youtube.com/watch?v=qF2ee19n5lw>

Une vidéo pour comprendre la sagesse des foules et apprendre à profiter du cerveau des autres

- Les foules sont plus intelligentes, à condition de respecter la recette de l'intelligence collective
- Intelligence collective = diversité de pensée + indépendance d'esprit + mécanisme d'agrégation
- Expertise et diversité se compensent: sans experts identifiables sur un sujet, utilisez la foule pour des prévisions fiables!



Pour aller plus loin:

Masterclass complète (et gratuite)

20ans de recherche en 4 vidéos

- Les 4 habitudes des prévisionnistes d'élite qui ont battu la CIA
- Comment Google, Johns Hopkins et Hypermind utilisent la sagesse des foules pour prédire le futur

<https://www.hypermind.com/fr/masterclass-prevoir-futur-intelligence-collective/>



RAPPEL SUR LA MÉTHODE



Générez des centaines d'idées en quelques minutes



Priorisez pour identifier les plus prometteuses et les plus controversées



Alignez vos équipes sur les priorités avec un processus objectif et transparent

Un atelier en 2 phases :



1. Générer

Chaque participant réfléchit **seul** et de façon **anonyme** (critère d'indépendance)

Idées réunies **en temps réel** sur la plateforme (fini les posts-its éparses, pas de minorité qui s'accapare la discussion)



2. Prioriser

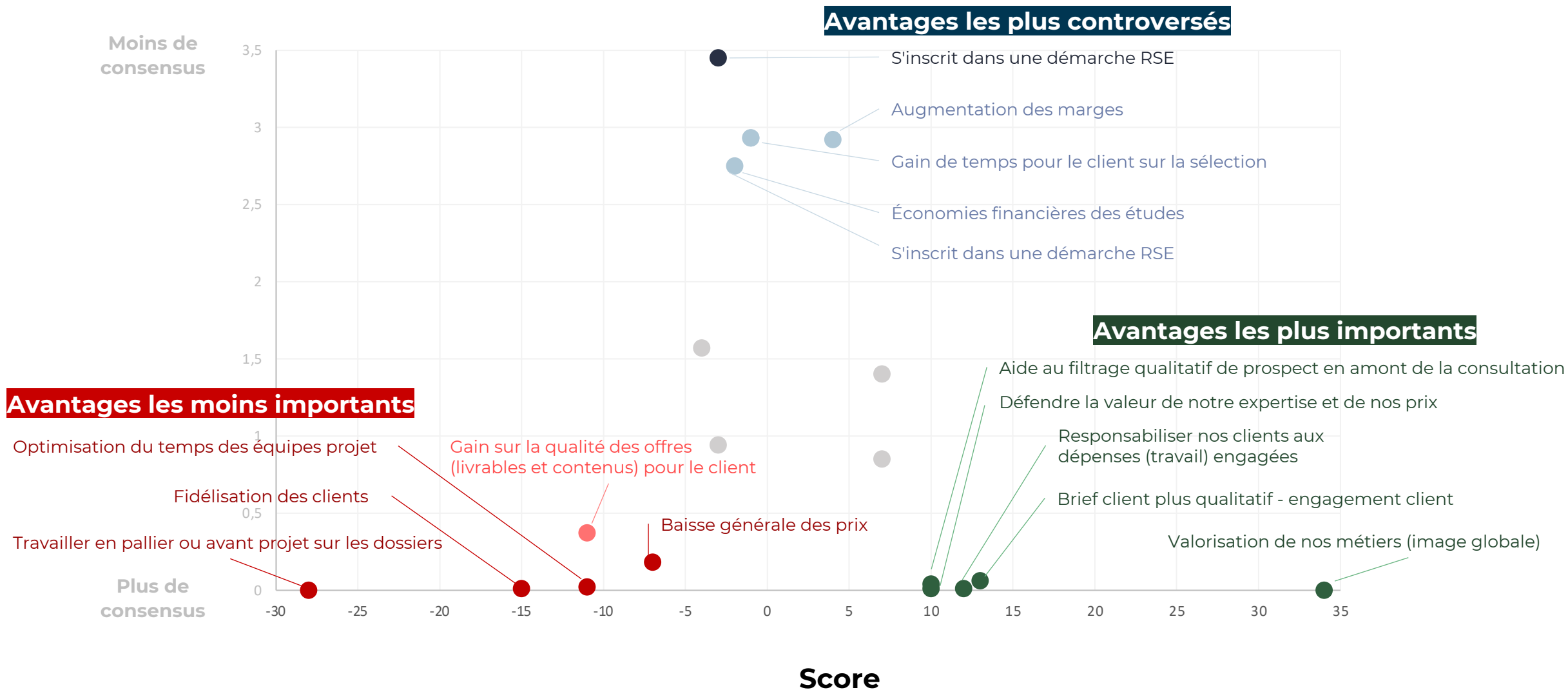
Chaque participant désigne les idées les plus et les moins **prioritaires**

Un **choix limité** par le nombre de jetons rouges et verts

Identifier les idées **très/peu** prioritaires et leur niveau de **controversé**

Indemnisation des études:

Quels seraient les **avantages** ?





Indemnisation des études:

Quels seraient les **avantages** ?

Titre	Score	Priorité
Baisse générale des prix	-28	Pas important
Fidélisation des clients	-15	Pas important
Optimisation du temps des équipes projet	-11	Pas important
Gain sur la qualité des offres (livrables et contenus) pour le client	-11	Peu Important
Travailler en pallier ou avant projet sur les dossiers	-7	Pas important
Trier les clients en fonction de leur motivation	-4	n.a
Améliorer la qualité des briefs clients	-3	n.a
Moins de frustration pour les équipes lors de projets perdus	-3	Très controversé
Économies financières des études	-2	Controversé
Gain de temps pour le client sur la sélection	-1	Controversé
Augmentation des marges	-1	Controversé
S'inscrit dans une démarche RSE	4	Controversé
Image de marque de mon entreprise : professionnalisme	7	n.a
Limiter le nombre de compétiteurs dans la consultation	7	n.a
Aide au filtrage qualitatif de prospect en amont de la consultation	10	Très important
Défendre la valeur de notre expertise et de nos prix	10	Très important
Responsabiliser nos clients aux dépenses (travail) engagées	12	Très important
Brief client plus qualitatif - engagement client	13	Très important
Valorisation de nos métiers (image globale)	34	Très important

Indemnisation des études:

Quels seraient les **freins** ?



Freins les plus controversés

S'inscrit dans une démarche RSE

Baisse de motivation des commerciaux

Peur de l'accueil négatif du client

Changement de mentalité, de posture à installer dans nos agences

Perte de clients et
perte de prospects

Freins les plus importants

Etre certain de l'homogénéité du discours, de la proposition

Ne pas oser le demander, ne pas savoir comment le faire...

Difficulté à trouver des nouveaux prospects

Peur de s'isoler a cause des confrères qui ne joueront pas le jeu

Freins les moins importants

Utilisation du mot indemnisation

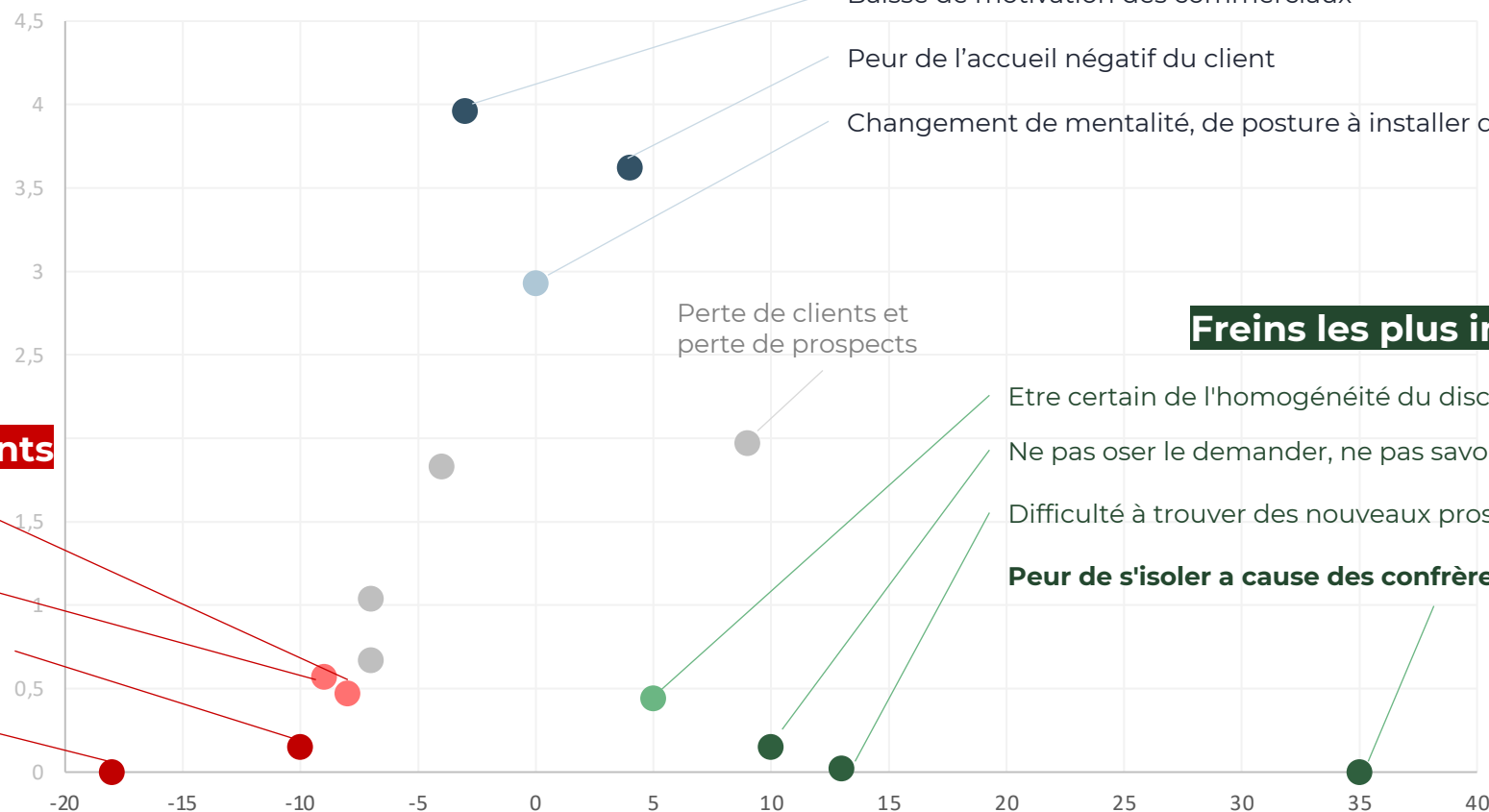
Le prix : une ligne budgétaire
supplémentaire pour le client

Manque de turn over de la clientèle

Baisse du chiffre d'affaire

Moins de
consensus

Plus de
consensus



Indemnisation des études:

Quels seraient les **freins** ?



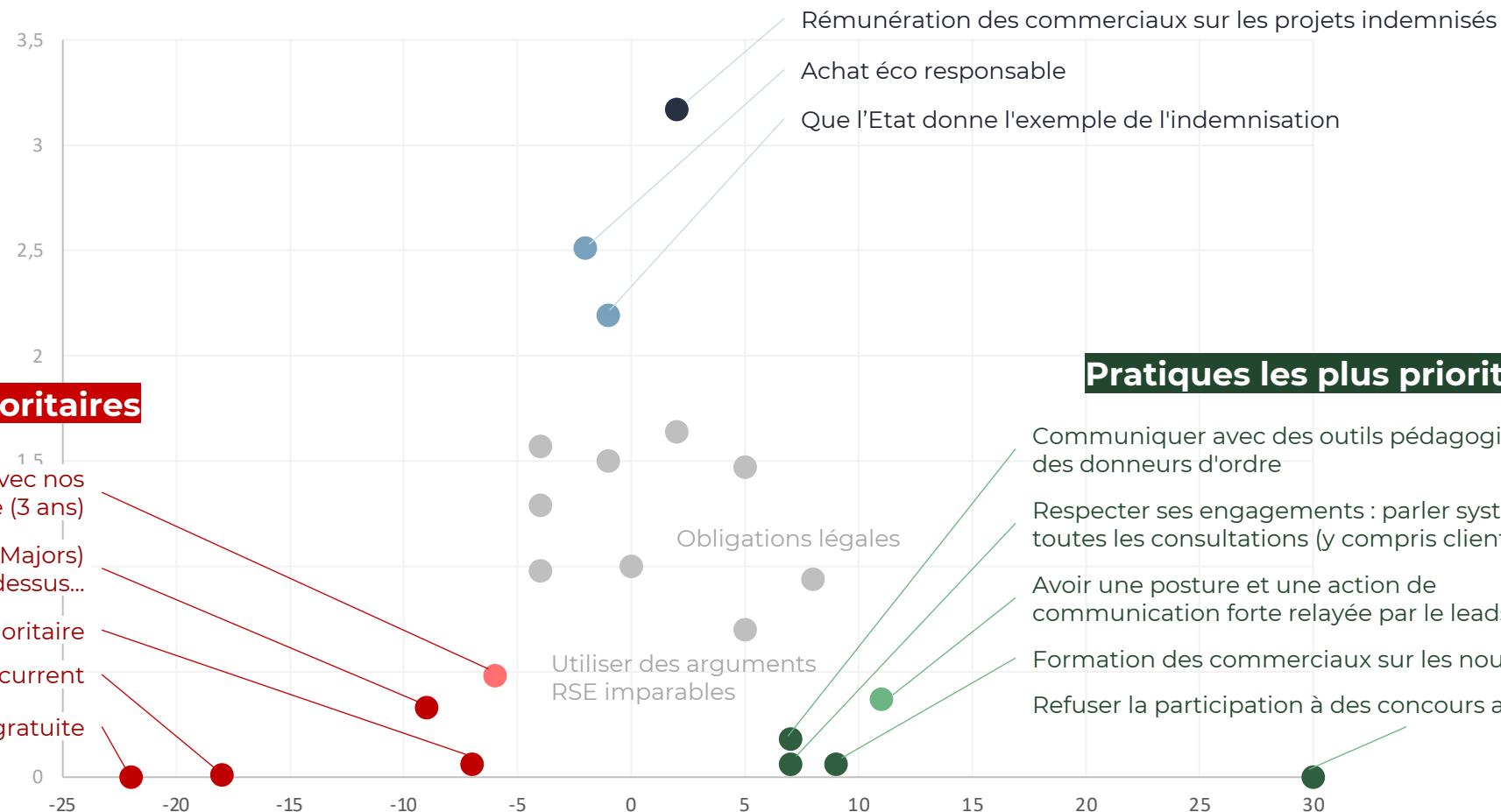
Titre	Score	Priorité
Peur de s'isoler a cause des confrères qui ne joueront pas le jeu	35	Très important
Difficulté à trouver des nouveaux prospects	13	Très important
Ne pas oser le demander, ne pas savoir comment le faire...	10	Très important
Perte de clients et perte de prospects	9	n.a
Être certain de l'homogénéité du discours, de la proposition	5	n.a
Peur de l'accueil négatif du client	4	Très controversé
Changement de mentalité, de posture à installer dans nos agences	0	Controversé
Baisse de motivation des commerciaux	-3	Très controversé
Montrer que la créativité à un prix	-4	n.a
Donner l'image d'être opportuniste sur une rémunération supplémentaire	-7	n.a
Diminution du budget	-7	n.a
Utilisation du mot indemnisation	-8	Peu important
Le prix : une ligne budgétaire supplémentaire pour le client	-9	Peu important
Manque de turn over de la clientele	-10	Pas important
Baisse du chiffre d'affaire	-18	Pas important

Indemnisation des études:

Quelles sont les **bonnes pratiques** ?



Pratiques les plus controversées



Indemnisation des études:

Quelles sont les **bonnes pratiques** ?



Titre	Score	Priorité
Refuser la participation à des concours avec plus de 3 confrères	30	Très prioritaire
Avoir une posture et une action de communication forte relayée par le leads	11	Très prioritaire
Formation des commerciaux sur les nouvelles bonnes pratiques	9	Très prioritaire
Obligations légales	8	0.94
Communiquer avec des outils pédagogiques auprès des donneurs d'ordre	7	Très prioritaire
Respecter ses engagements : parler systématiquement, pour toutes les consultations (y compris clients), des indemnités	7	Très prioritaire
Indemnisation dans la charte du LEADS avec échéance d'application	5	0.7
Utiliser des arguments RSE imparables	5	1.47
Définir clairement le périmètre d'application (AO unique, multiple, référencement, RFI, budget ?)	2	1.64
Rémunération des commerciaux sur les projets indemnisés	2	Très controversé
Information institutionnelle des clients	0	1
Nous responsabiliser	-1	1.5
Que l'état donne l'exemple de l'indemnisation	-1	Controversé
Achat eco responsable	-2	Controversé
Définir pour le client des critères de pré-sélection	-4	0.98
Proposer un devis d'étude avant de démarrer avec une note explicative sur le bien fondé de ce coût	-4	1.29
Participer uniquement à des appels à candidatures	-4	1.57
Contractualiser nos rapports avec nos clients à moyen terme (3 ans)	-6	Peu prioritaire
Décision collective majoritaire	-7	Pas prioritaire
Que les 10 premières agences (majors) donnent l'exemple et communique dessus...	-9	Pas prioritaire
Indemniser moi-même mon concurrent	-18	Pas prioritaire
S'autoriser un quota d'étude gratuite	-22	Pas prioritaire

RÉFLÉCHISSONS ENSEMBLE AUX **AU FUTUR**



MÉTIER



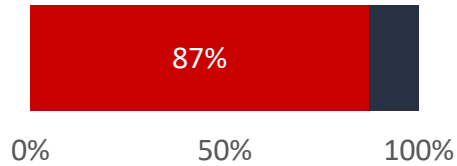
ÉCONOMIE



RSE

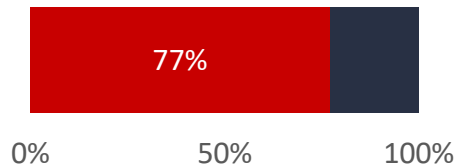


Prévisions sur l'avenir de notre métier.



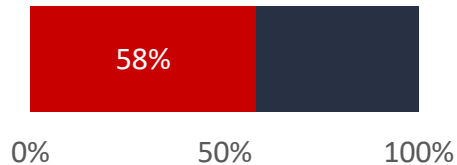
Le media salon a-t-il un avenir prometteur dans les prochaines années ?

87% de chances



Le **métier de concepteur de stands** traditionnel ou semi-trad a-t-il un avenir prometteur dans les prochaines années ?

77% de chances

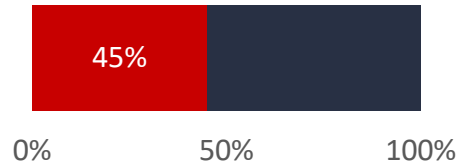


Le digital ou l'hybride dans notre métier (salons mixtes digital et physique) a-t-il un avenir prometteur dans les prochaines années ?

58% de chances

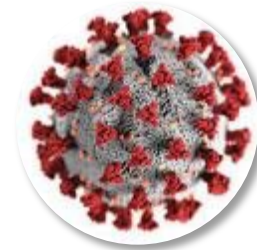
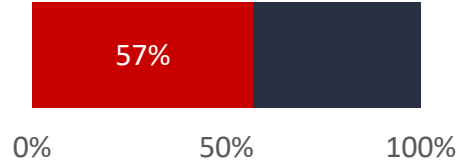


Prévisions sur **l'économie** de notre profession.



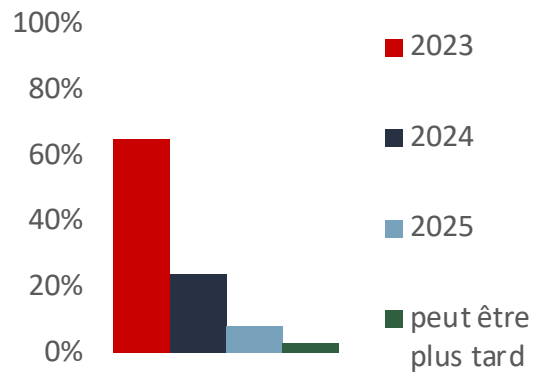
Sommes-nous **bien armés structurellement et économiquement** face aux agences européennes ?

45% de chances



Notre profession est-elle **prête économiquement** à supporter une nouvelle épidémie de type COVID ?

57% de chances

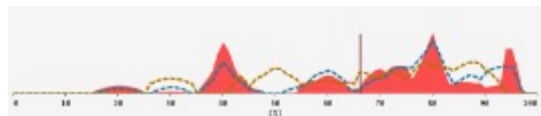


Quand notre profession verra-t-elle un **rétablissement économique** au niveau de 2019 ?

Plutôt 2023

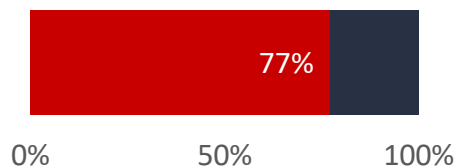


Question sur l'impact RSE



Dans 5 ans, quelle proportion des appels d'offre imposeront des contraintes RSE / ISO ?

66% des appels d'offre



La certification ISO 20121 s'imposera-t-elle pour nos métiers dans les 3 à 5 ans à venir ?

77% de chances