

INHOUSE BOOSTER™

Inscription par mail et réponse sous 48h (jours ouvrés) avec un délai de réalisation 1 mois minimum. La formation est organisable en sur-mesure. Pour toute situation de handicap, nous contacter pour envisager la faisabilité. Réservation, contact et informations :

catherine@lacademie-du-newbiz.com

Vous disposez d'un studio intégré au sein de votre organisation, tout en continuant à collaborer avec des agences externes. Ce modèle hybride — de plus en plus répandu — offre de réelles opportunités : gain de réactivité, cohérence renforcée, meilleure maîtrise des ressources.

Mais pour qu'il fonctionne durablement, encore faut-il clarifier les rôles, structurer les processus, et fluidifier les interactions entre le studio, les directions métiers et les agences partenaires.

C'est précisément l'objectif de cette offre conçue par L'Académie du Newbiz : accompagner vos équipes internes à professionnaliser leur fonctionnement, renforcer leur posture et co-construire des relations efficaces et équilibrées avec leurs partenaires externes.

Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître leur niveau de connaissance du fonctionnement d'un studio intégré, de ses enjeux organisationnels, et de la relation avec les directions métier et les agences externes.

Module 1 : Comprendre les nouveaux modèles hybrides

1.1 Analyser l'émergence des agences « embarquées » au cœur des équipes annonceurs
1.2 Explorer les modèles actuels : in-house, studio autonome, embedded teams, task force externalisée

1.3 Identifier les attentes des directions métier et les modes d'interaction avec le studio
1.4 Atelier : cartographier son modèle actuel et faire émerger les points de friction

Module 2 : Poser les fondations d'un studio intégré performant

2.1 Clarifier le positionnement du studio : producteur, chef d'orchestre, expert ?
2.2 Aligner les relations avec les directions métier et la direction de la communication
2.3 Structurer une gouvernance efficace : rôles, rituels, outils de pilotage
2.4 Atelier : formaliser un RACI clair et partagé

Module 3 : Travailler en synergie avec les agences externes

3.1 Définir les rôles complémentaires entre le studio interne et les agences partenaires
3.2 Optimiser la chaîne de production pour fluidifier les processus et réduire les délais
3.3 Instaurer un modèle de collaboration basé sur la co-construction et la co-responsabilité
3.4 Intégrer une équipe agence sans brouiller la lisibilité des responsabilités
3.5 Atelier : construire un parcours collaboratif studio-agence autour d'un projet type

Module 4 : Valoriser le studio et ses résultats

4.1 Positionner le studio comme une ressource stratégique,
4.2 Définir des KPI pertinents pour objectiver et piloter l'activité du studio
4.3 Mettre en place une communication interne des succès pour nourrir la reconnaissance
4.4 Atelier : élaborer une matrice de performance sur 3 axes : opérationnel, stratégique, créatif

Conclusion

Évaluation individuelle des acquis, quiz de validation de l'atteinte des objectifs de la formation

Objectifs

- Structurer l'organisation, les missions et les processus du studio intégré dans un environnement hybride
- Instaurer une gouvernance claire et des rôles bien définis
- Aligner les pratiques internes sur les méthodes éprouvées des agences
- Clarifier la collaboration avec vos partenaires externes
- Monter en compétence sur la gestion de projet, le brief, la recommandation, ou encore la gestion de planning et de charge
- **Idéal pour des équipes internes souhaitant professionnaliser leur fonctionnement et mieux collaborer avec leurs agences externes.**

Public visé

- Annonceurs du secteur public et privé disposant d'un studio ou d'une agence intégrée
- Directeur.trice de la communication
- Responsable du studio interne / Responsable création
- Chef de projet
- Responsable coordination agences / production
- Responsable marque ou brand content
- Toute personne en charge du pilotage ou du fonctionnement du studio intégré
- Aucun prérequis nécessaire

Méthode

La formation privilégie l'interactivité : théorie et pratique sont alternées. La réflexion et l'échange sont privilégiés avec des mises en pratique, à partir de cas vécus par les participants, d'ateliers, de quiz, de méthodologies illustrées d'exemple puis d'applications en situation

Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis

Participants

Formation individuelle ou collective de 5 stagiaires (max 8)

Tarifs

À partir de 3 600 € H.T. / jour
Phase d'audit et recommandation préalable (sur devis)
Proposition sur-mesure selon le périmètre

Durée

- Audit & reco: de 1 à 3 j
- Formation : modulable jusqu'à 4 jours selon besoin

Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

Moyens mobilisés

Présentation et support de formation projeté. Ordinateur individuel et connexion wifi.



Intervenante

Catherine Saint Loubert-Bié
Fondatrice de L'Académie du Newbiz

Plus de 25 ans d'expérience en tant que Directrice Conseil en Communication et Directrice Générale en charge du new business en agence de communication.

Mise en place de processus efficaces de la prospection à la compétition. De nombreux gains de budgets structurants en agence tout au long de sa carrière.