



INHOUSE BOOSTER™ STRUCTURER ET POSITIONNER SON AGENCE INTÉGRÉE

INHOUSE BOOSTER™ ORGANISER SON AGENCE INTÉGRÉE ET MIEUX COLLABORER AVEC SES AGENCES EXTERNES

1 - InHouse Booster™ Structurer et positionner son AGENCE intégrée

Sujet principal :

Professionaliser une agence intégrée comme une vraie agence interne, avec une logique de newbiz interne.

La formation traite de :

- la proposition de valeur de son agence intégrée ;
- son positionnement face aux autres ressources internes et externes ;
- la manière de mieux se présenter aux équipes internes ;
- le plan de communication interne ;
- la prospection interne / dream list / clients miroirs ;
- les étapes du pitch agence ;
- l'elevator pitch ;
- la routine newbiz et les habitudes à installer.

En clair : cette formation aide une agence intégrée à exister, se rendre visible, être mieux sollicitée et gagner en légitimité en interne.

=> voir la fiche ci-dessous

1 - InHouse Booster™ - Organiser son agence intégrée et mieux collaborer avec ses agences externes

Sujet principal :

Structurer le fonctionnement d'un studio intégré / agence intégrée dans un environnement où l'annonceur travaille aussi avec des agences externes.

La formation traite de :

- des nouveaux modèles hybrides : in-house, studio autonome, embedded teams, task force externalisée ;
- la clarification des rôles entre studio interne, directions métiers, communication, marketing ;
- la gouvernance : rôles, rituels, outils ;
- la collaboration avec les agences externes ;
- la fluidification de la chaîne de production ;
- la valorisation des résultats du studio/ agence interne ;
- les KPI et la communication interne des succès.

En clair : cette formation aide à organiser les relations entre l'agence interne, les équipes annonceur et les agences partenaires pour éviter les zones floues, les tensions et les doublons.

=> voir la fiche ci-dessous

Intervenants

Jean-Philippe Gilbrin,
formateur, ex-conseiller en
choix d'agence, associé de
l'Académie du Newbiz

Pour résumer :

La première aide l'agence intégrée à se positionner et se vendre en interne.

La seconde aide l'agence intégrée à s'organiser et collaborer dans un écosystème hybride.

INHOUSE BOOSTER™

STRUCTURER ET POSITIONNER SON AGENCE INTÉGRÉE

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 aujourd'hui d'une agence intégrée. C'est un levier stratégique important pour gagner en réactivité, en cohérence de marque et en maîtrise des coûts. Mais pour que ce modèle tienne ses promesses, il est essentiel de structurer son fonctionnement, préciser son positionnement et professionnaliser ses pratiques afin que les équipes internes vous sollicitent. Pour le dire autrement : il s'agit bien de faire du business. En interne, certes, mais avec quasiment les mêmes enjeux de développement commercial (Newbiz) qu'une agence externe. Sinon, vous vous retrouvez coincés en légitimité de toute part. Les équipes vous perçoivent soit comme une obligation, en rêvant de travailler avec l'agence externe de leur choix, soit comme une sous-agence jugée pas assez créative, avec exactement le même réflexe d'évitement. L'arrivée de l'IA rabat aussi les cartes dans le rôle et l'organisation. Elle oblige à repenser les méthodes, les process et la façon dont l'agence interne crée de la valeur au quotidien.

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 communication

Assimiler les process essentiels à chaque étape du newbiz : Positionner, Présenter, Promouvoir, Prospector et Pitcher

Module 1: Clarifier sa proposition de valeur

- 1.1. Formuler sa proposition de valeur
- 1.2. Benchmark et analyse des positionnements de vos concurrents en interne et en externe
- 1.3. Atelier évaluation des acquis : analyse et échange sur le positionnement de votre agence.

Module 2 : Illustrer les bonnes pratiques pour bien se présenter

- 2.1. Être dans le radar des équipes interne
- 2.2. Savoir se présenter efficacement et donner envie
- 2.3. Présenter des cas réalisés en phase avec la proposition de valeur
- 2.4. Atelier évaluation des acquis : travail sur vos cas agence

Module 3 : Construire son plan de communication (interne)

- 3.1. Définir sa stratégie de communication (interne)
- 3.2. Définir les axes de son plan de communication pour exister en interne et sur le marché
- 3.3. Monter en compétence sur le pilotage de projet, la gestion du planning et l'équilibre de la charge de travail. Méthodes adoptées = inhouse efficace.
- 3.4. Mettre en place sa stratégie de social media leadership pour son agence
- 3.5. Atelier évaluation des acquis : Travail sur son individu media au sein de la structure

Module 4 : Formuler une méthode pour une démarche commerciale

- 4.1. Construire son plan de prospection (interne)
- 4.2. Identifier les clients miroirs pour construire sa dream list
- 4.3. Travailler son tunnel de conversion pour atteindre les objectifs
- 4.4. Atelier évaluation des acquis : Analyser 2 clients (internes) miroirs rentables

Module 5 : Identifier les étapes du pitch agence

- 5.1. Orchestrer la compétition
- 5.2. Go ? No Go ? repérer les règles à respecter
- 5.3. Atelier évaluation des acquis : échange sur le debrief de vos pitches

Module 6 - Construire et s'approprier son élévateur pitch

- 6.1. Mettre en musique son positionnement et sa promesse
- 6.2. S'entraîner à l'écrit comme à l'oral
- 6.3. Atelier évaluation des acquis : jeu de rôle sur votre elevator pitch

Module 7 - Identifier et planifier des tâches pour chaque action

- 7.1. Découper l'ensemble de vos actions en tâches
- 7.2. Construire sa routine newbiz et ses habitudes récurrentes
- 7.3. Atelier évaluation des acquis : se projeter dans sa routine

Conclusion

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

Durée

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

Tarifs

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

Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire



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

Objectifs

- Structurer l'organisation et les process Newbiz de votre agence intégrée.
- 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 en interne.**

Public visé

- Annonceurs du secteur public et privé disposant d'une agence intégrée
- Responsable coordination agences
- Toute personne en charge du pilotage ou du fonctionnement d'une agence in-house
- 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

INHOUSE BOOSTER™

ORGANISER SON AGENCE INTÉGRÉE ET MIEUX COLLABORER AVEC SES AGENCES EXTERNES

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 agence intégrée 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 l'agence, 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 positionner l'agence interne, renforcer leur posture et co-construire des relations efficaces et équilibrées avec les équipes communication et marketing.

Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître leur niveau de connaissance du fonctionnement de l'agence intégrée, de ses enjeux organisationnels, et de la relation avec les directions métiers, communication, marketing 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	Public visé	Méthode
<ul style="list-style-type: none">• 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.	<ul style="list-style-type: none">• 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	<p>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</p> <p>Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis</p>

Durée

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

Tarifs

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

Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire



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.