

Une agence externe?

Mais j'ai déjà un responsable des communications!

Vous avez la chance de compter sur le talent d'une ressource en communication à l'interne et vous vous demandez quels pourraient être les bénéfices d'embaucher une firme externe pour votre prochain projet? Ces quelques éléments vous guideront dans votre réflexion.

➤ **Regard extérieur**

L'avantage principal de faire appel à une agence externe en communication est la perspective extérieure que cette équipe aura sur votre réalité. Cela permet d'obtenir un regard neutre sur les enjeux et le projet à réaliser. Avoir un observateur avec un œil distancé et externe à la situation vous permettra sans aucun doute de voir différemment votre entreprise et ses multiples enjeux stratégiques.

Vous connaissez certainement votre entreprise sur le bout des doigts. Vous pourriez nous parler pendant des heures de votre secteur d'activité, des menaces ou des opportunités du marché dans lequel œuvre votre entreprise, etc. Mais avez-vous déjà pensé qu'un pas de recul est souvent très bénéfique à l'analyse d'une situation ? C'est là que l'agence externe devient une alliée de première ligne, permettant de vous faire voir des enjeux que vous n'auriez peut-être pas décelés. Le cabinet de relations publiques a la distance nécessaire et dispose d'une vision plus objective et indépendante, et surtout, sans émotion.

➤ **Services et expertises multiples**

Les forces complémentaires d'une équipe spécialisée en communication sont un aspect plus que positif pour une entreprise. En effet, les professionnels d'une même agence ont souvent tous des expertises différentes et complémentaires. C'est d'ailleurs l'un des éléments qui favorisera le développement et le succès de votre projet de communication. L'expérience des relationnistes constitue définitivement l'atout principal d'un cabinet externe.

Trop souvent, une organisation croira qu'elle est en mesure d'exécuter son plan de communication à l'interne, mais se rendra compte rapidement que le projet se met à évoluer et qu'il faut finalement gérer des imprévus de tout ordre. C'est à ce moment, en mode « panique », qu'on fait généralement appel à une firme externe. Or, il est beaucoup

plus facile pour un conseiller/stratège extérieur de faire partie du projet dès le début puisqu'il sera ainsi plus outillé et sera au fait de la démarche, des objectifs et des enjeux à évaluer.

➤ **Mine d'or de contacts**

Une agence de relations publiques possède un carnet de contacts bien garni : médias, gens d'affaires, milieu politique, influenceurs, etc. Non seulement cela peut vous être utile, mais surtout, cela assure une crédibilité et une notoriété auprès de vos publics. Elle possède aussi des accès à plusieurs bases de données qui permettent de créer des listes de médias spécialisés, pour trouver les journalistes qui œuvrent dans votre domaine d'activité.

Une bonne firme de communication entretient des liens personnalisés et courtois avec les journalistes. Ceux-ci savent donc que lorsqu'une nouvelle est annoncée ou qu'un événement est organisé par le biais de cette agence, il s'agit d'une information crédible et encadrée. D'ailleurs, il est fréquent que la boîte de communication se charge des relations de presse pour ses clients.

Le cabinet sert, en quelque sorte, d'accélérateur et d'entremetteur entre l'entreprise et les médias.

➤ **Créativité**

Les équipes des cabinets de relations publiques sont créatives et réfléchiront au plus grand nombre d'idées possible pour répondre aux besoins du client. Avec son regard neuf, le conseiller externe sera plus apte à définir le meilleur moyen à utiliser pour diffuser une information, faire connaître votre produit/service, ou gérer une crise, par exemple.

D'autre part, les journalistes aiment bien les relationnistes qui ont de l'initiative. Comme tout roule rapidement dans les médias, une suggestion d'un angle intéressant à couvrir est souvent bienvenue. L'agence, avec son œil externe et ses contacts journalistiques, peut jouer un rôle-clé sur cet aspect.

➤ **Le temps c'est de l'argent!**

Vous connaissez certainement ce dicton et il s'applique bien au monde des affaires. Le temps que vous prendrez pour organiser un événement de presse ou rédiger les documents à remettre aux médias vous empêchera de réaliser vos tâches quotidiennes. De nos jours, il faut aussi penser au temps que demanderont la gestion des réseaux sociaux et la rédaction des publications à diffuser.

Une firme de relations publiques vous permet de concentrer vos énergies sur votre travail principal, en plus de vous fournir des rapports et des évaluations complètes en lien avec le projet.

Cette courte liste ne contient que quelques-unes des raisons pour lesquelles il est recommandé de faire appel aux services d'une firme externe en relations publiques. Maintenant que vous êtes convaincu(e), contactez l'équipe de *Beaudoin relations publiques!*

Références :

- <https://www.capital-image.com/blogue/agence-de-communication-ou-interne/>
- https://www.grenier.qc.ca/nouvelles/16936/parlons-relations-publiques?fbclid=IwAR2-8UL5ePbwqEWVE9c96HPB_G5I1GJ4ZNumXwx47R53n9r-bE0IU0vr6lw
- DUMAS, Michel. *Les cabinets de relations publiques : évolution, meilleures pratiques et perspectives d'avenir*, Presses de l'Université du Québec, 2014
- Nos années d'expérience