

BUSINESS CASE
STRATEGIE DE COMMUNICATION
dans le cadre d'un code de déontologie
Cabinet Novances - Mai 2006 à Septembre 2008

1 Contexte stratégique / Problématique de l'entreprise

- Code de déontologie fermé à toute démarche de prospection
- Démarche de communication inhabituelle pour ce secteur d'activité
- Cabinet de plus de 120 collaborateurs et 8 bureaux distants
- Une problématique marketing et communication complexe et novatrice
- Une problématique d'homogénéité des outils de communication

2 Analyse et préconisations

- Audit de l'existant
 - . Méthode In-Out-In
- Etude de marché et des bonnes pratiques
 - . En France
 - . Au sein d'un Cabinet Moore Stephens en Angleterre (Londres)
- Elaboration des stratégie marketing et communication et des plans d'actions afférents
- Mise en place d'un comité «marketing et communication» au sein du comité de direction et animation hebdomadaire
- Préconisation de création d'un réseau professionnel

3 Résultats

- Une charte graphique dynamique et des outils de communication homogène sur les 8 bureaux
- Une présentation aux 120 collaborateurs de la stratégie de communication et application au cours d'une journée entreprise
- La supervision de la construction d'un bâtiment selon la charte graphique
- Création et animation d'un réseau de professions réglementées autour de la problématique marketing et communication
- Une segmentation pertinente pour un ciblage efficace
- Des actions de marketing direct et des événements internes et externes pour fédérer les partenaires, les clients et les collaborateurs