

Temps de lecture : 1"

Une interview de [Guillaume Lemaire - Van Kann](#), ancien avocat, directeur de la communication de cabinet d'avocats et directeur du développement et de la stratégie chez [eliott & markus](#).

Quels sont les critères pour choisir une agence de communication quand on travaille dans le secteur des professions réglementées ?

Il peut être difficile de se retrouver sur le marché des agences et ce choix est d'autant plus crucial pour les professions dont la communication est réglementée. Pour moi, il faut être particulièrement attentif aux critères suivants :

- **Reconnaissance sur le marché** : il ne faut pas hésiter à se renseigner sur les classements spécialisés comme celui de Décideurs et/ou à appeler le dircom d'un cabinet ayant réalisé son site avec cette agence pour voir s'il ou elle en est satisfaite.
- **Prix** : Il faut réfléchir sur le long terme lors de la lecture d'une offre de communication et faire la différence entre une agence qui vous proposera un produit basique, un « template » et une agence qui vous accompagnera sur les fondamentaux, qui développera un produit personnalisé sur 6 à 9 mois, unique sur le marché.
- **Connaissance du marché** : la communication de certaines professions réglementées est fortement encadrée. Choisir une agence qui connaît ce marché et les marges de créativité qui lui sont permises permet de gagner du temps et de s'offrir une sécurité juridique. Par ailleurs, la communication B to B suit des codes spécifiques, même s'ils tendent à évoluer vers ceux du B to C. Il peut être également pertinent de s'intéresser au profil des collaborateurs de l'agence.

La double formation communication/juridique permet en effet d'offrir des services au plus près des besoins des clients.

- **Identité** : Les références présentes sur le site de l'agence permettent de se faire une idée des réalisations graphiques effectuées et du talent des graphistes.
- **Feeling** : Bien sûr, en dépit de tous les critères objectifs, l'affect joue un rôle majeur dans la prise de décision finale et c'est normal. Au moment de partir sur une aventure qui peut durer plusieurs années, il est important de bien s'entendre avec son partenaire de voyage.

Pourquoi choisir une agence de communication lorsqu'on est une grosse structure en capacité d'avoir une équipe com en interne ?

Même au sein des gros cabinets d'avocats, la meilleure équipe communication ne pourra tout faire seule et aura besoin d'être appuyée. Beaucoup de cabinets de taille moyenne (30-50 avocats) n'ont pas de service communication et doivent trouver une agence capable de les accompagner au jour le jour sur les gros projets (création de site, plateforme de marque, définition des valeurs, stratégie marketing, identité visuelle...).

Il est difficile d'avoir une vision objective sur soi et de faire son autocritique, d'autant plus lorsqu'on exerce en association. Le prestataire extérieur est là pour apporter un regard neutre, pour vous proposer plusieurs chemins et vous aiguiller vers le bon. L'agence va pouvoir donner des conseils personnalisés pour que les associés soient entendus sur les décisions et que les collaborateurs soient écoutés, ce qui n'est pas toujours le cas.