

*Communiqué de presse
du 27 Avril 2010*



Communiquer avec un budget léger

Saviez-vous que vous pouviez communiquer sur votre activité professionnelle quel que soit votre budget ? Le terme « communication » effraie trop souvent les petits entrepreneurs qui y voient un luxe qu'ils ne peuvent s'offrir... Pourtant des solutions existent pour toutes les bourses et en période de difficulté économique, chaque entreprise doit continuer à communiquer pour résister à la concurrence.

Petit budget ne rime pas avec prestations au rabais !

Communiquer avec des moyens financiers limités c'est réellement possible. Qu'on se le dise, ce n'est plus l'apanage des grands groupes ! On peut être une PME, une association ou un travailleur indépendant et communiquer intelligemment selon son budget.

La première démarche est de trouver un prestataire de service qui conseillera l'entrepreneur et réalisera les travaux nécessaires.

Prestataire ne veut pas forcément dire agence de communication. Il existe aujourd'hui de nombreux professionnels indépendants spécialistes dans leur domaine (design, rédaction, photographie, ...) qui pourront orienter le chef d'entreprise dans ses recherches ou coordonner l'opération.

Le passage par une agence communication est certainement plus commode, car elle offre une plateforme de professionnels à la disposition de l'entreprise, et gère généralement la totalité de l'opération en déchargeant son client des aspects techniques du projet (recherche et choix de l'imprimeur, collecte d'images, ...). Mais ces services sur mesure se payent souvent au prix fort.

Les prestataires indépendants, quand à eux, proposent une autre démarche de travail, sur mesure également, qui implique plus fortement l'entrepreneur et soulage son porte-monnaie. Il s'agit de définir en concertation les besoins réels de l'entreprise et de planifier les actions selon les impératifs techniques et économiques du client. Le budget de l'entrepreneur est alors au cœur de la construction de son projet de communication. Le chef d'entreprise peut naviguer à vue et anticiper ses dépenses à moyen terme, sans s'engager au-delà de ses capacités financières.

Il ne s'agit donc pas de prestations au rabais, encore moins de casser les prix du marché, mais juste d'un peu de bon sens dans notre société d'hyperconsommation. Ne vendre que ce dont le client a réellement besoin et selon ses moyens, et proposer des prestations adaptées au marché de l'entreprise, voilà les clés de la communication pour les petits budgets.

Pour en savoir plus : Frédérique Assael (www.frederiqueassael.com)

Mobile : 06 10 26 43 16 - Tel : 09 66 03 95 73

conseil@frederiqueassael.com