UNIE VAN BELGISCHE ADVERTEERDERS
UNION BELGE DES ANNONCEURS

Association of Communication Companies

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bruxelles, le 28 octobre 2011.

Evaluation Agency

« Rendons à l'évaluation ses lettres de noblesse »

Après avoir lancé le « Communication Agency Contract » le mois dernier, l'UBA et l'ACC ont souhaité porter un regard neuf au processus d'évaluation afin de clarifier, de manière bilatérale et objective, les rôles, attentes et responsabilités de chacune des parties.

Il ne faut pas attendre une situation de crise ou tomber dans des relations stagnantes mais privilégier la recherche d'un nouveau « modus operandi » pour faire évoluer, de manière continue et optimale, la relation entre l'annonceur et ses agences.

L'évaluation, qu'elle soit annuelle ou intermédiaire, doit être structurée, dans la forme et dans le temps, pour aborder les aspects importants de la relation entre agences et annonceurs et prendre en considération le retour de l'investissement consenti. Il faut également noter que, dans ce processus d'évaluation bilatérale, la nature et la qualité des relations humaines entre les partenaires influence aussi la qualité et la performance de la collaboration.

C'est l'objet même de la démarche et de ce guide pratique, rédigé par l'UBA et l'ACC, qui vise à offrir au marché, des repères et des lignes de conduite pour procéder à l'évaluation et donc à l'amélioration des liens entre « les gens et les idées ». C'est ainsi que les deux fédérations ont fait la lumière sur quelques principes de base : pour être efficace, l'évaluation doit être régulière, réciproque, exhaustive et objective.

Ces grilles établies en .xls, s'appliquant tant aux annonceurs qu'aux agences de communication, se veulent être souples et adaptables en fonction des besoins propres à chaque démarche d'évaluation. Elles permetttent de surcroît d'objectiver l'évaluation en choisissant le ou les catégorie(s) retenue(s), en les pondérant et en calculant le pourcentage qu'occupe le ou les critère(s) d'évaluation de la catégorie concernée. Les résultats pourront aisément être partagés avec les équipes.

UNIE VAN BELGISCHE ADVERTEERDERS
UNION BELGE DES ANNONCEURS

Association of Communication Companies

L'UBA et l'ACC se sont fixées pour objectif d'informer leurs membres à l'utilisation de ce document, contribuant ainsi à l'amélioration des collaborations existantes ou naissantes entre les partenaires de la communication.

L'intégralité de la publication « Evaluation Agency » est disponible gratuitement et téléchargeable pour les membres des deux fédérations sur les sites respectifs : www.ubabelgium.be - www.accbelgium.be.

Press contacts :

Union Belge des Annonceurs (UBA)
Chris Van Roey, CEO
chris.vanroey@ubabelgium.be

0495 55 71 50

L'Union Belge des Annonceurs *(UBA) est une organisation qui vise à instaurer un environnement transparent où les annonceurs pourront communiquer de manière effective, efficace et durable. L'UBA rassemble plus de 180 annonceurs, petits et grands. La majorité des dépenses nationales en médias peut être attribuée à nos membres.*

Association of Communication Companies (ACC)
Luc De Leersnyder, CEO
luc.deleersnyder@gmail.com

0495 79 59 66

The Association of Communication Companies *(ACC) se veut d'abord un lieu d'échange pour tous les acteurs du milieu de la communication. L'ACC s'est donné pour mission de « valoriser, promouvoir et défendre le secteur du marketing et de la communication vis-à-vis des professionnels de la communication, des annonceurs, du public, du gouvernement et de la presse ».*
ww.accbelgium.be