# LE REGARD EXPERT

## Nicolas BROCARD

Gérant de l'agence opérationnelle de marketing services BEECOM

**BEECOM**

> ***Il est indispensable de bien former ses équipes pour être crédible et adopter un discours technique, tout en se tenant informé des innovations.***

**Bonjour Nicolas Brocard, pouvez-vous vous présenter ?**

Je suis un passionné de communication depuis toujours. Après un BTS Communication Graphique et une école supérieure, j'ai travaillé en fabrication et production. Ma formation et mon expérience m'ont permis d'obtenir les qualifications et l'expertise nécessaires pour me lancer dans l'entreprenariat.

Je suis aujourd'hui gérant de l'agence BEECOM, qui est au service des annonceurs qui font le choix d'externaliser partiellement ou totalement la gestion et la réalisation de leurs campagnes de communication et marketing online ou offline.

**Comment faire en sorte de contenter tout le monde dans le cadre d'une relation entre imprimeurs et agences ?**

Aujourd'hui, nous nous substituons aux clients dans l'achat de leur print et leur gestion opérationnelle. Il nous faut donc construire des partenariats efficaces avec les imprimeurs. Pour cela, il faut être capable de traduire la demande du client en un cahier des charges technique, et prendre en considération les contraintes liées à la fabrication et la maîtrise des coûts. Nous nous devons d'avoir à la fois le langage marketing «agence» et le langage technique «imprimeur». Nous pouvons alors assumer pleinement notre rôle de conseil et prendre en charge les projets de nos clients à 100%, pour les aider à communiquer de manière performante et pour qu'ils recrutent et fidélisent leurs propres clients.

**Quels sont les bons réflexes à adopter en tant qu'agence pour l'achat de print ?**

Il est indispensable de bien former ses équipes pour être crédible et adopter un discours technique, tout en se tenant informé des innovations. Il faut être en capacité de retranscrire parfaitement un brief client en brief technique, mais aussi savoir conseiller sur les bonnes pratiques et apporter des réponses affutées. Nous devons aussi sélectionner avec rigueur des partenaires solides et expérimentés.

J'ai par exemple intégré dans l'agence une apprentie en infographie multimédia avec AMIGRAF, qui a déjà des bonnes notions dans le métier et qui va pouvoir nous apporter des compétences complémentaires, notamment en prépresse et digital.

**En quoi la formation peut-elle améliorer le dialogue entre les différents acteurs du print et du digital ?**

La formation permet d'avoir une bonne compréhension globale mais permet également de s'informer sur les nouvelles tendances et innovations.

Je suis un bon exemple par rapport à mon cursus, c'est ma formation et mon expérience qui m'ont permis de réussir et d'être crédible.

**Selon-vous quels seraient les axes indispensables à suivre pour l'année à venir ?**

Il y a pour moi deux axes majeurs : tout d'abord, s'assurer d'établir des partenariats stables avec des clients et prestataires qui partagent la même déontologie, tout en renforçant la relation et le service client de manière irréprochable.

Ensuite, l'innovation est un autre point important, qui permet de s'assurer une présence au long terme. Le print n'est pas mort mais ne se suffit plus à lui-même ; il faut donc apporter de la valeur ajoutée à nos imprimés et proposer des dispositifs amenant le print au digital, ou «du clac de la boîte aux lettres au clic de la souris» (ou inversement).

**Que pensez-vous des cursus en général qui sont proposés, notamment sur la formation digitale ?**

Bien souvent les formations sont soit orientées print soit digital, mais rarement les deux. Or aujourd'hui, nous cherchons des profils capables d'avoir cette double compétence. C'est ce qui m'a séduit dans la formation apprentissage proposée à l'AMIGRAF, qui permet d'avoir un employé formé print, Web et digital. Il faut avoir une vision cross canal, et ne plus dissocier print et digital.



**Plusieurs modules vous intéressent ?**
Personnalisez votre formation sur **amigraf**.com
Devis et financement, consultez-nous