

Marketing

- Savoir communiquer dans la nouvelle Europe
- Un réseau de connaissances Connaître le marché pour mieux cibler le message
- Gérer la cohérence de la communication institutionnelle

Savoir communiquer dans la nouvelle Europe

Avec le renforcement de l'Union Européenne, les frontières s'estompent. Les marchés nationaux deviennent des marchés régionaux. Inversement, au lieu de subir une homogénéisation à l'échelon continental, les cultures régionales gagnent en importance. En d'autres termes, à une intégration économique croissante correspond une diversification culturelle grandissante. Cette aspiration des populations à retrouver leurs racines provoque un sentiment très fort d'appartenance. La stratégie de communication doit prendre garde à ne pas blesser ce sentiment. Fort de son multiculturalisme, Alexsyre est particulièrement bien outillé pour agir dans ce nouvel environnement.

Une société et une communication en mutation

- Croissance du rôle des régions en Europe
- Élévation de la communication au niveau du management
- Éclosion des moyens de communication et de marchés nouveaux
- Émergence d'agences spécialisées
- Développement rapide de réseaux internationaux
- Imbrication des canaux traditionnels de la communication

Nos réponses

- Une approche à la fois locale et internationale
- Des connaissances très spécialisées au niveau des branches
- Des équipes pluridisciplinaires alliant rationalité intellectuelle et intelligence émotionnelle
- Une collaboration intense avec le client, afin de réagir rapidement à l'évolution des situations

Un réseau de connaissances

La psychologie a découvert que l'intelligence émotionnelle est une des clés de la relation humaine. Elle est indispensable à qui veut conserver ses marchés et en conquérir de nouveaux. Au-delà de la raison, l'intelligence émotionnelle donne la capacité de percevoir les sentiments d'autrui, de gérer ses relations, de travailler avec zèle et avec constance, de se motiver et de se contrôler. Cette qualité n'est pas facile à apprendre et ne se décrète pas. Elle ne se développe que lentement pour autant que le climat soit favorable.

Une valeur ajoutée pour nos clients

- | | |
|--|--------------------------------|
| • Savoir-faire solide et fiable: | Centre d'excellence |
| • Focalisation sur le client: | Service personnalisé |
| • Conseil en stratégie de communication: | Management de la communication |
| • Solutions innovatrices, gages de succès: | Créativité |
| • Identification avec le client: | Esprit d'équipe |

Connaître le marché pour mieux cibler le message

Pour réussir, la communication doit être taillée à la mesure visée en fonction de ses spécificités technologiques, sociales, politiques et environnementales. Elle doit également tenir compte du contexte culturel. Il est donc impératif qu'Alexsyre ait une connaissance intime de tous les aspects du secteur concerné.

Axer totalement les services sur les clients

Afin que nos clients puissent juger objectivement de la qualité de nos services, nous avons établi des critères mesurables.

- Chaque mandant, quelle que soit sa taille, est supervisé en permanence par les associés d'Alexsyre.
- Les délais sont respectés et les services sont fournis conformément au mandat.
- Les données et les informations concernant les clients sont soumises à une stricte confidentialité.

Gérer la cohérence de la communication institutionnelle

La communication peut souvent créer des conflits de priorité. Faute de coordination efficace, un message essentiel risque d'être envoyé dans des versions contradictoires à des destinataires et à des moments différents.

La responsabilité de la communication est souvent dispersée à différents échelons de l'entreprise ou de l'organisation. Les entreprises, qui ont eu recours à plusieurs personnes pour communiquer, centralisent de plus en plus leur communication au sein d'une entité chargée de sa coordination. Elles s'épargnent ainsi une coûteuse et nuisible cacophonie.