

Communication : des mots, des images,

Depuis vingt-cinq ans dans la stratégie média, le conseil en communication, la production et le marketing audio ; les deux fondateurs nancéens Pascal Matyja et Catherine Strauss, fondateurs d'Orient Communication, ont tout d'abord orienté l'activité du département audio de l'agence, vers les radios, puis en réponse à l'évolution du marché publicitaire local, vers le cinéma, les TV locales et les agences spécialisées. Les nouveaux besoins en marketing sensoriel et marketing audio des grandes surfaces, l'ouverture sur le marché international ont fait le reste, offrant de nouvelles opportunités de développement. Pour offrir aux entreprises une approche et des solutions globales, l'agence intègre plusieurs départements : conseil en communication stratégique, production audio, production images.

Face au foisonnement des nouvelles technologies de l'information qui démultiplie les champs d'application de la communication et pour lutter contre leurs environnements concurrentiels, le quotidien des entreprises les oblige de plus en plus à une remise en question de leurs modes de communication, où parfois même les outils de l'intelligence économique trouvent leur justification. Zoom sur Orient Communication, une agence dont l'originalité consiste à intégrer plusieurs départements pour proposer à ses clients des mots, des images et des sons... Mais pas seulement !

des sons, des idées...



communication Online (web agency), design graphique (plaquette, catalogue, etc.), rédactionnels publicitaires et institutionnels

>>>Le Département Conseil

Le Département Conseil de Orient Communication assiste les entreprises dans la définition de leurs stratégies de communication, élabore leur médiaplanning, choisit avec elles les meilleurs outils marketing, les technologies les plus efficaces en fonction de leurs objectifs, leur apportant une vision globale appuyée sur le savoir-faire de chaque département.

Catherine Strauser, diplômée de l'École de Guerre Economique de Paris, a même développé au sein de ce département, une activité d'Intelligence Economique dont les axes principaux reposent sur « la veille et l'analyse » (surveillance des environnements concurrentiels, analyse informationnelle), - l'influence- (mise en place d'actions de communication d'influence et d'interactions de réseaux), - la communication corporative, et la communication de crise. Une nouvelle compétence qui de toute évidence, rencontre l'intérêt des clients et en attire de nouveaux.

>>>Le département audio

Les prestations proposées (scénarii chantés, parlés, joués - courts : publicité cinéma, radio, TV - ou longs : commentaires, narratifs, doublages) permettent à l'agence de réaliser 65% de son chiffre d'affaires à l'export y compris aux USA et en Grande-Bretagne et de décliner ainsi ses productions audio en différentes langues, les plus courantes : français, anglais, allemand, espagnol, italien mais répond aussi à des demandes diverses : en hollandais, chinois, mandarin... disposant d'accords et travaillant en liaison avec des studios dans le monde entier. Un des points forts

du département audio est la maîtrise de l'écriture du script (audio ou image) qui exige une créativité sous contrainte de durée ; un savoir-faire, d'ailleurs, reconnu par les agences, supports ou Dircom.

La quasi totalité des relations clients (régies publicitaires, agences, médias) transite en ligne via une plate-forme Internet à accès sécurisé qui a permis la dématérialisation totale de la chaîne de production, de la commande à la livraison aux supports. En 2008, cette plate-forme sera ouverte à tous publics permettant à chaque PME, profession libérale, commerce, de commander ses productions audio, en quelques clics. « Interactive et e-media », système interactif de sonorisation des points de vente, complète la gamme audio, et permet à tout réseau de distribution, de disposer d'un support media personnalisé, totalement consacré à sa propre communication et à celles de ses produits. Une véritable « radio d'ambiance » intégrant des annonces, des programmes d'information, de promotion diffusés à partir de petits boîtiers très faciles d'installation, alimentés via un portail web permettant une personnalisation au niveau de chaque point de diffusion qui peut ainsi agir directement sur son propre programme

>>>Le département Images

Afin de répondre à l'évolution des marchés, et à la demande de ses clients réguliers, Orient Communication s'est diversifiée depuis 2006 vers la production images : réalisation de billboards publicitaires pour TV locales, bannières vidéo, widgets, podcasts. Etouffée de nouveaux collaborateurs, professionnels de la TV et du journalisme, et s'appuyant sur le savoir-faire des départements Web et Rédaction de l'agence, Orient Communication créera en 2008, une web TV ciblée sur les marchés régionaux.

>>>Le Département communication online.

La Webagency de Orient Communication se veut être un interlocuteur unique pour la conception, la réalisation et la gestion de supports de communication interactifs « en ligne » : sites, portails, applications web (Espace clients sécurisé, formulaires, forums, e-mailings, newsletters interactives, enquêtes online, e-commerce, systèmes de suivi de commande en ligne, etc...) et accompagne ses clients pour la mise en oeuvre de leurs projets « extranet » (commerce en ligne, CD Rom, CD Card, bornes interactives). Des solutions innovantes et efficaces « pour choisir des images et des sons à mettre sur des mots, des mots à mettre sur des idées, et des idées pour répondre aux besoins de ses clients ». Et une expertise qu'elle entend bien étendre courant 2008, à travers de nouveaux bureaux de représentation, à Bruxelles, Genève et au Moyen Orient.

V.M.