



Qui est PERTINENS ?

PERTINENS est une agence experte en marketing digital en forte croissance, créée par Clémence Campech et Laurie Tessier en 2019.

+ forte croissance.

PERTINENS conseille des entreprises de toutes tailles dans la construction de leur raison d'être, l'alignement de leur stratégie avec celle-ci et pilote leur stratégie marketing et digitale.

PERTINENS fédère et anime une communauté de près de 150 experts dans tous les domaines du marketing et du numérique.

PERTINENS propose aussi bien un conseil marketing pointu et méthodique qui délivre des résultats, qu'un sourcing d'experts qualifiés ou une direction marketing totalement externalisée.

PERTINENS en 3-5 dates

- ◆ **2018 Clémence Campech et Laurie Tessier se rencontrent**
- ◆ **2019 Création de PERTINENS**
- ◆ **2020 PERTINENS fédère déjà 150 experts dans tous les domaines du marketing, du numérique et tous les secteurs liés à l'entrepreneuriat.**
- ◆ **2021 PERTINENS accélère son développement, recrute et prévoit une croissance de son activité d'environ 50%**

Pourquoi l'approche de PERTINENS est différente?

Quelle que soit la taille des entreprises, elles doivent reprogrammer leur logiciel marketing-com en permanence pour répondre aux enjeux du moment, en particulier en temps de crise structurelle. PERTINENS propose aux entreprises de toutes tailles de les aider dans cette démarche en délivrant des résultats, quelle que soit leur problématique.

Avec la crise sanitaire, les annonceurs sont à la recherche de sources de croissance et de revenus supplémentaires. Les TPE, PME et ETI rencontrent souvent des difficultés dans cette situation pour plusieurs raisons :

- Les TPE sont trop petites pour disposer des ressources nécessaires au sein de leurs équipes ou pour piloter les bons experts.
- Les PME et ETI ont au sein de leurs équipes des directeurs marketing mais ceux-ci ont besoin de développer leurs actions vite et fort. Dans ce cas, PERTINENS propose un binôme qui fait de son client un directeur ou une directrice marketing "augmenté" par la force de frappe de PERTINENS.
- Enfin certains dirigeants souhaitent être en direct avec un expert qui les conseillera et pilotera leur marketing de A à Z et les challengera dans leurs choix stratégiques.

Les équipes de PERTINENS vont ainsi s'adapter à la problématique de chaque annonceur, et proposer 2 approches complémentaires :

- La mise en oeuvre d'une force de frappe marketing pour répondre à une problématique précise définie dans le temps
- Un accompagnement sur la durée qui va permettre au client de grandir en **accédant à des experts pointus via PERTINENS et à un service marketing agile et qui délivre des résultats rapidement.**
- **Une approche à la carte qui combine ces deux dispositifs en fonction des besoins et ressources des entreprises.**

Ce fonctionnement assure aux clients la mise en œuvre rapide de leur stratégie pour obtenir des résultats au plus tôt. Cette méthode ne sacrifie pas la qualité car elle confère une totale agilité aux équipes de PERTINENS pour s'adapter au mieux aux objectifs.

Pour les petites entreprises, cette approche est différenciante car les entreprises cherchent des relais de croissance et PERTINENS rend accessible à ses clients un niveau de conseil et d'accompagnement opérationnel qu'on trouve habituellement dans les grands groupes publicitaires, parce que l'accompagnement est adossé à l'expertise des Pertinents.

Une étude réalisée en 2017 par le cabinet de conseil Deloitte pour le compte de l'AACC, l'UDA et l'UDECAM a démontré la contribution de la publicité aux économies européennes et mondiales. **Il en ressort qu'un euro investi en publicité dans l'Union Européenne peut générer en moyenne 7 euros pour l'économie.** Or à l'heure où les budgets marketing font l'objet d'arbitrages serrés dans un contexte de crise structurelle, PERTINENS propose les bons dispositifs pour "faire moins mais mieux" et surtout délivrer des résultats pour les entreprises.

PERTINENS croit en un modèle collaboratif

La collaboration pérenne avec des experts est-il le futur du travail ?

Proche de la philosophie des ESN, PERTINENS a la conviction que pour amener ses clients là où ils doivent être d'un point de vue business, la valeur ajoutée d'une agence réside dans sa capacité à être un chef d'orchestre qui saura faire collaborer des expertises. Trouver le ou les bons experts pour une marque est une des valeurs ajoutées fortes de PERTINENS. Savoir quel talent proposer à quelle marque,

La crise sanitaire a accéléré la tendance au développement du travail en freelance et n'a pas freiné le nombre de création d'entreprises (+4% par rapport à 2019). Les travailleurs indépendants représentaient 12% de la population française fin 2019, soit 3,6 millions de personnes. Depuis 2009, ce chiffre ne cesse d'augmenter, avec un million supplémentaire en dix ans. Si dans les métiers du marketing et de la communication, les indépendants ont toujours été des interlocuteurs-clés pour les agences et les annonceurs, cette tendance s'est largement accélérée avec le développement du freelancing, poussé aussi par la remise en cause du modèle d'agence traditionnelle.

Conscientes de cette tendance lourde et l'ayant vécue chacune indépendamment, Clémence Campech et Laurie Tessier ont su donner une dimension supplémentaire à ce constat qui n'est pas toujours parfaitement assumé par les entreprises.

Elles ont ainsi décidé de **fidéliser ces experts de leur réseau, tous statuts confondus, et les ont transformés en une communauté** à laquelle elles sont fidèles et qui travaillent ensemble de manière collaborative au service des marques, sous la houlette de PERTINENS.

La sous-traitance collaborative

Ce mode de collaboration permet aux indépendants de maintenir leur flexibilité et la liberté liée à leur statut tout en voyant leur compétence reconnue au sein d'un collectif.

PERTINENS redéfinit les contours d'une collaboration fructueuse aussi bien pour les annonceurs que pour les experts/indépendants.

Ce modèle est à mi-chemin entre les ESN qui recrutent et placent des experts pointus chez leurs clients et les collectifs de freelance qui peuvent répondre ensemble aux besoins des marques. **C'est notamment ce qui explique le succès et le développement rapide de PERTINENS.**

INSÉRER UNE INFOGRAPHIE ? (cf site)

Comment PERTINENS anime sa communauté d'experts?

Le principe de la communauté de "Pertinents" est la contribution :

- PERTINENS contribue à leur activité en les plaçant auprès de ses clients ou en les mobilisant dans un projet.
- Les "Pertinents" contribuent à la communauté en apportant, leur savoir-faire, leur vision et enrichissent la palette de compétences et de personnalités que PERTINENS peut proposer à ses clients.

Clémence Campech et Laurie Tessier sont ainsi convaincues que la défense des intérêts des indépendants et de leur apport à l'économie et à la filière communication.

Pourquoi la raison d'être ?

La raison d'être désigne une ambition d'intérêt général qu'entendent poursuivre les dirigeants. Elle est en quelque sorte la colonne vertébrale qui donne du sens à l'action de l'entreprise. A travers les raisons d'être qu'elles choisissent, les entreprises se positionnent sur des questions d'intérêt général ou des enjeux qui vont au-delà de la recherche du profit à court terme. Aujourd'hui, certains grands groupes se sont dotés d'une raison d'être dans la foulée du vote de la loi PACTE¹, mais pour les ETI, PME ou les TPE en croissance, donner du sens à leur activité signifie définir une stratégie de transformation. Toutes n'ont pas la capacité de mener ce travail seules. PERTINENS défend une vision autour de la raison d'être des entreprises comme base de toute stratégie de transformation. Savoir où l'on veut aller n'a pas de sens si l'on ne définit pas pourquoi on souhaite prendre ce chemin. La vision au service des actions, qui permet de mobiliser toute une entreprise vers un objectif commun et partagé.

PERTINENS en chiffres

- 16 clients en 18 mois
- 150 experts

¹ PACTE : Plan d'action pour la croissance et la transformation des entreprises

- 10 collaborateurs
- Livrables : 70% Plateforme de Marque et 30% de plan de communication
- Une croissance d'au moins 50% prévue pour 2021

Les clients de PERTINENS

Anthelios, LP Promotion, Elisa Vie, So Bio, Bio C'Bon, Appro Auto, Partedis, Tonton Barbu, Up'Co, Numbr, Crea Concept, Asiaction, Aquitaine Patrimoine/Live Hotels, Bordeaux Mécènes solidaires, Le Pompon, Ville Envie, Artecossy, Thelio,