

## Agences de communication certifiées selon le CMS: la garantie de normes et de processus de qualité

Le « Consultancy Management Standard » (CMS) de l'association des agences de relations publiques en Suisse (Bpra)

Par le standard international CMS, les agences de communication membres de l'association Bpra certifient qu'elles respectent les normes techniques, économiques et éthiques les plus rigoureuses.

Le « Consultancy Management Standard » (CMS) a été créé en 1997. En tant que processus de certification, il repose sur la norme ISO 9001 et le standard « Investors in People » et comprend des critères adaptés aux besoins particuliers de la branche RP et des agences de communication.

L'International Communications Consultancy Organisation (ICCO) est l'organisation faîtière des associations nationales des agences. Elle est en charge du maintien et de la révision des standards, ce qui permet de veiller à leur adéquation pour les différents marchés et d'assurer une amélioration permanente. Le standard en est déjà à sa troisième version (CMS III)

Le standard est exclusivement disponible pour les associations membres de l'ICCO. En Suisse, il s'agit du Bpra qui a d'ailleurs défini la certification comme un critère d'adhésion obligatoire. D'autres associations d'agences en Autriche, République Tchèque, Finlande, Allemagne, Inde, Irlande, Norvège, Slovaquie, Turquie et Grande-Bretagne ont adopté ce standard, sur une base volontaire ou obligatoire.

La certification CMS offre à la branche RP un label de qualité et atteste le respect de standards de haut niveau. Elle permet aux entreprises de conseil de s'améliorer. Les clients et employés ont ainsi la garantie que l'entreprise dispose d'un système de management de la qualité et qu'elle offre une haute performance.

Le renouvellement de la certification (recertification) a lieu tous les deux ans. Lors d'une (re)certification CMS, une évaluation « sur place » vise à vérifier les 8 domaines suivants :

### Direction et communication

Les agences doivent démontrer qu'elles sont bien organisées, que les responsabilités sont établies à tous les niveaux et connues de tous. Les collaborateurs doivent comprendre leurs responsabilités et savoir quand et comment ils sont évalués pour leurs prestations.

### Planification de l'entreprise

Les agences doivent démontrer que leur plan d'affaires consiste en un programme réaliste et sur le long terme, qui repose sur un pronostique clair, établi selon le marché, le potentiel et la direction souhaitée par l'agence. Les objectifs de l'entreprise doivent être spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et définis dans le temps. Le plan doit être systématiquement utilisé par la direction.

### Développement de l'entreprise

Le standard CMS exige des agences qu'elles possèdent un programme de développement permanent, leur permettant d'atteindre des objectifs sur le long terme. Les valeurs du standard sont : la confiance, la qualité, le professionnalisme, la croissance, le développement, l'enthousiasme, l'engagement et l'autonomie. L'ensemble de ces caractéristiques influence la qualité des services destinés aux clients et doivent être accrus dans les trois à cinq ans.

### Système financier

Une agence doit démontrer que ses systèmes financiers sont adéquats et permettent une gestion opérationnelle et efficiente. Il ne s'agit pas d'un examen financier global mais de s'assurer que les mécanismes de contrôles sont disponibles pour le management financier et qu'ils fonctionnent.

### Mise en œuvre de projets ou campagnes

Une agence doit prouver aux assesseurs qu'elle dispose de systèmes adéquats lui permettant de planifier, mettre en œuvre et évaluer des projets de manière efficiente.

### Satisfaction client

Une agence certifiée selon le CMS doit apporter la preuve que la satisfaction client est mesurée constamment. Elle est consciente que l'amélioration de ses compétences professionnelles repose sur une évaluation méthodique et régulière de l'avis des clients quant aux prestations réalisées et que ces informations doivent être exploitées afin d'améliorer le service aux clients.

### New Business

Une agence certifiée selon le CMS doit disposer d'un système de développement de la prospection efficient, qui comprend le traitement des demandes et le déroulement des processus d'acquisition. Cela afin d'atteindre les objectifs définis.

### Gestion du personnel

Une agence certifiée selon CMS doit disposer d'un système défini et compréhensible pour l'évaluation, la formation et le développement personnel des collaborateurs. L'implantation de programmes tels que « Investors in People » a un effet positif sur l'évaluation de l'agence. L'accent est mis sur des aspects tels que l'« empowerment », la reconnaissance, le travail d'équipe ainsi que l'engagement social.