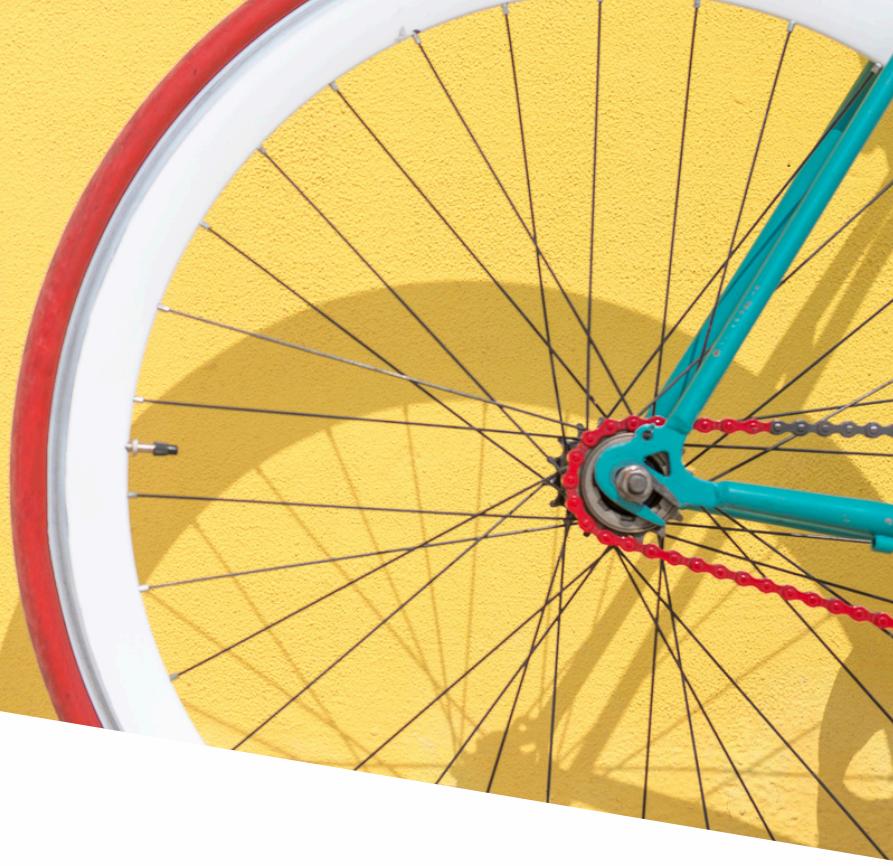


# OPTIMISER LA CHAINE DE DEVELOPPEMENT GRAPHIQUE





## MA CHAÎNE (GRAPHIQUE) A DÉRAILLÉ !

Tout semblait marcher comme sur des roulettes et tout à coup, la charge de travail des équipes et la pression explosent, les coûts s'envolent, les délais de développement s'allongent, les réclamations-clients s'accumulent... C'est le moment de repenser votre chaîne de développement graphique pour gagner en qualité d'exécution, en agilité et en rentabilité!

Optimiser la chaîne de développement graphique

Identifier tous les leviers d'optimisation et mettre en place des plans d'action opérationnels : processus de création, organisation, synergies et centralisation, internalisation et externalisation...

# OPTIMISER VOTRE ORGANISATION ENTRE INTERNALISATION ET EXTERNALISATION

Votre chaîne de développement graphique doit être cohérente avec votre organisation et adaptée aux spécificités de votre **business model** : secteur d'activité (luxe, industrie), réseau de commercialisation (B2B, B2C), leviers d'activation (communication)...

Nous ne sommes pas tous des « mécaniciens-nés » : il importe de savoir reconnaître **ses domaines de compétences et ses limites** afin d'externaliser/internaliser les bonnes tâches et d'identifier les interlocuteurs/collaborateurs les plus qualifiés.

La création d'un studio graphique interne managé et géré par vos propres collaborateurs peut vous permettre de mieux maîtriser vos process et vos délais de développement en limitant les étapes intermédiaires.

Toutefois il vous faudra bien anticiper l'écart entre les dépenses ponctuelles liées à une agence et le budget annuel d'une structure interne (salariés, bureaux, fournitures) afin d'éviter les mauvaises surprises !

Quelques vérités qui fâchent et que l'on entend parfois au détour d'un couloir...

“Les créations sont parfois internalisées, parfois externalisées... Personne ne sait plus ce qui existe ni où trouver les documents.”

“Les créations sont faites par un trop grand nombre de collaborateurs et d'agences sans respect de la charte graphique.”

“Au final personne n'est garant de la Pertinence des artworks développés avec les enjeux stratégiques.”

“La démultiplication des adaptations graphiques et des formats entraîne des surcoûts qui grèvent le Budget Marketing”

“Nos filiales passent leur temps à créer/recréer des artworks : il n'y a aucune synergie avec les précédentes créations.”

# GARANTIR LE RESPECT DE VOTRE IMAGE DE MARQUE

- Votre chaîne graphique est un outil stratégique qui doit garantir la **cohérence et le respect de votre image de marque** tout au long du processus de création : depuis le concept initial développé en agence jusqu'au « touchpoint » final avec votre consommateur (packaging, flyer, merchandising, fiche-produit e-commerce).
- Il est crucial de « sécuriser le jeu de direction » en définissant la **charte graphique officielle de votre marque ou « BRAND BOOK »** :

## 1. Identification des supports d'activation de votre marque :

- Recensement et rationalisation des supports existants (packaging, support presse, flyer promotionnel, merchandising, page de catalogue, bannière web...)
- Intégration de supports issus de nouvelles tendances/technologies

## 2. Formalisation de votre charte graphique officielle sous forme d'un BRAND BOOK

- Identification de tous les éléments graphiques relatifs à votre marque : logos, typographie, symboles, univers graphique, codes couleurs, visuels d'ambiance...
- Développement de « Masters » (ou création-type) pour chacun des supports: ils deviendront la référence officielle à utiliser pour toute adaptation à venir

## 3. Communication du BRAND BOOK à l'ensemble des intervenants internes et externes impliqués dans les projets de développement graphique

## CLARIFIER LE PROCESSUS DE CRÉATION

- La performance et la rentabilité de votre chaîne graphique dépendront de votre capacité à **maitriser le volume et la nature des créations** lancées chaque année : éviter les doublons, corriger les écarts vis-à-vis de la charte, isoler les supports hors scope...
- La définition d'un processus de création vous permettra de **contrôler et de canaliser les demandes** :

### 1. Elaborer une matrice de pilotage des « CREATIONS »

- Collecter les besoins mensuels et annuels des équipes Marketing
- Créer une table de correspondance « Master/Adaptation »
- Identifier les synergies (entités, marques) en amont et rationaliser

### 2. Définir le processus des « ADAPTATIONS »

- Définir un template de brief caractérisant l'adaptation
- Vérifier si la demande a été planifiée en amont (matrice des créations)
- Vérifier la cohérence avec votre Business Plan et vos plans d'activation
- Définir le mode de production: Internalisé (Studio interne)/ Externalisé (Agence)

## FLUIDIFIER LE PROCESSUS DE VALIDATION



« Sécuriser la transmission »: L'enjeu est ici de définir votre **flux de validation** et d'identifier les **personnes-clés** à impliquer au sein de votre organisation (marketing, studio graphique, merchandising, juridique, achats, logistique...).



Attention à trouver le **bon équilibre entre partage d'information et processus de validation** : l'excès d'étapes et de contacts peut paralyser la chaîne toute entière et mettre en péril certains projets !



Booster votre « commande de vitesse »: Définir un **processus spécifique « accéléré »** pour vos demandes les plus urgentes permettra de sécuriser votre réactivité auprès de certains clients !

## SÉCURISER LA TRAÇABILITÉ ET L'ARCHIVAGE DES CRÉATIONS

- Conserver votre « carnet d'entretien »: une **bonne gestion de l'historique de vos créations** (artworks, documents d'exécution, cromalins, BAT...) vous fera gagner un temps précieux en recherches et en adaptations.
- En cas de litige avec certains fournisseurs (impression non conforme avec le BAT...), ces éléments feront office de preuve et vous permettront de faire valoir vos droits (correction, indemnité).
- L'accompagnement de votre **service juridique** vous sera également précieux dans le suivi des droits d'exploitation et des droits d'image liés à vos diverses créations.
- Enfin attention à bien cadrer en amont les **conditions et les coûts d'archivage** lorsque celui-ci est externalisé afin de rester maître de votre budget et de vos développements.

## SIMPLIFIER LES PROCESSUS FINANCIERS

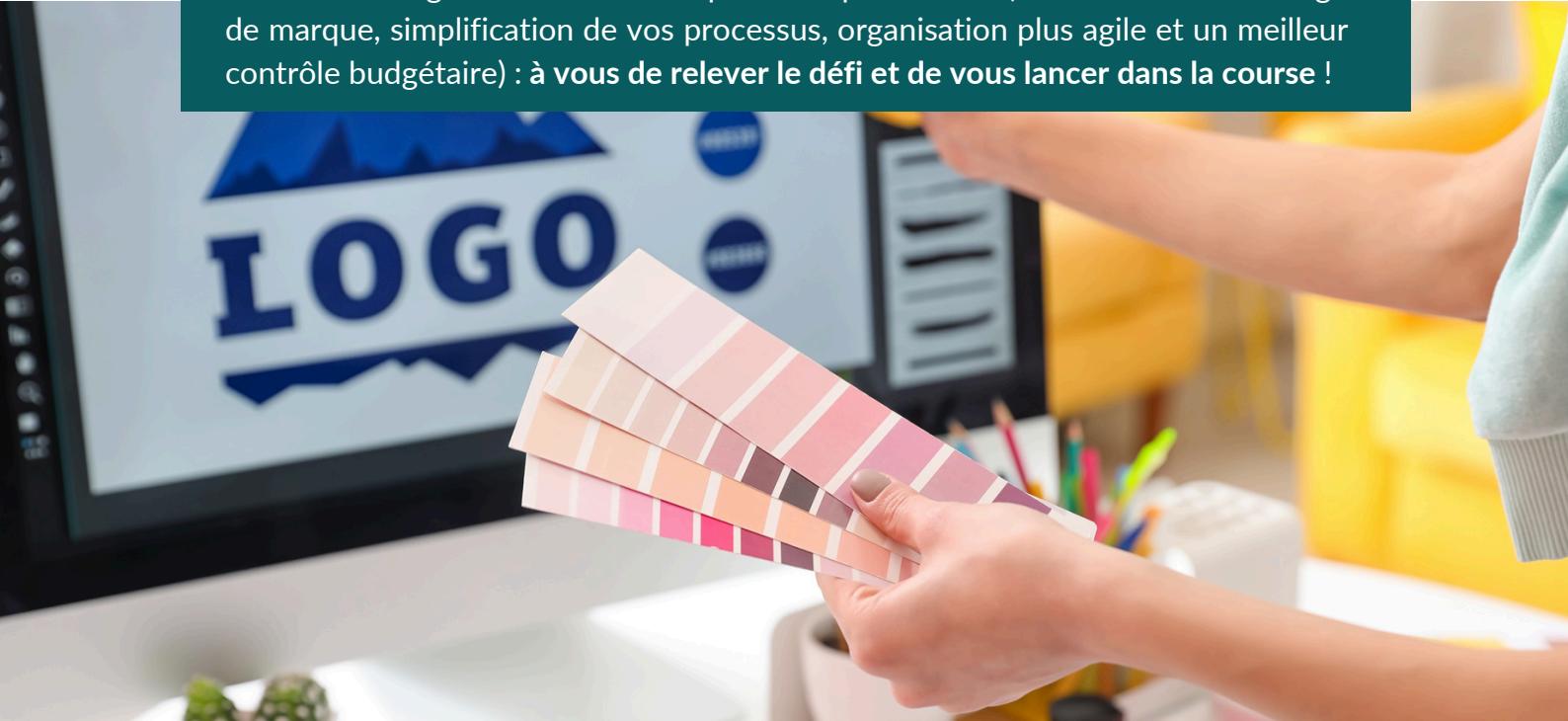
- La chaîne graphique recouvre une grande diversité de missions à forte valeur ajoutée (création, photogravure, maquettage, impression, archivage), ce qui en fait un poste de dépense stratégique.
- Comme dans une course, vous devez pouvoir vous appuyer sur vos « sponsors » afin de cadrer toutes les étapes du projet : création de fournisseurs, édition des bons de commande, validation des devis et factures, montage de contrats-cadres...
- L'intégration très en amont des partenaires financiers dans l'optimisation de la chaîne graphique vous permettra d'identifier des leviers d'économies additionnels et de mieux piloter votre budget.

## INVESTIGUER LES NOUVELLES TECHNOLOGIES

Des solutions innovantes où logiciels experts cohabitent avec application web sont aujourd’hui à votre portée et offrent des avantages majeurs : rapidité d’intégration, prise en main intuitive, compatibilités natives ou non natives, modularité inégalée, optimisation des coûts...

- L’approche « low code », c’est-à-dire nécessitant peu voire pas de compétences en programmation, popularisée avec la montée en puissance des développements « in-cloud » a ainsi fait son entrée dans nombre d’entreprise : des applications web sécurisées accessibles en « pay per use » ou sous abonnement, sont aujourd’hui plébiscitées par 22% des DSI.
- L’accompagnement de vos **partenaires internes en Systèmes d’Information et d’experts externes** est un impératif pour mener à bien cette transformation digitale de votre chaîne graphique.
- **WEBINAR MURANO** : Autour d’un cas immersif mettant en jeu une chaîne graphique, Murano Conseil a présenté le 4 juin dernier les avantages de l’introduction d’une suite logicielle « low code » hébergée sur le cloud -> n’hésitez pas à nous contacter pour avoir plus d’information.

La **chaîne de développement graphique** est un levier de **pilotage stratégique** et elle offre une grande diversité de pistes d’optimisation (maîtrise de votre image de marque, simplification de vos processus, organisation plus agile et un meilleur contrôle budgétaire) : à vous de relever le défi et de vous lancer dans la course !



## ENVIE D'EN SAVOIR PLUS ?



Johann HAZIZA  
Associé fondateur

---

Johann.haziza@muranconseil.com  
06 60 72 13 06



Alexandre GIRAUD  
Associé fondateur

---

Alexandre.giraud@muranconseil.com  
06 83 82 94 13

**Parlons-en !**



Murano conseil



Murano conseil



[www.muranconseil.com](http://www.muranconseil.com)

