



CONSULTANCY MANAGEMENT
STANDARD ((CMS))
LEADING SWISS AGENCIES

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

Certains membres de la LSA sont certifiés selon la norme Consultancy Management Standard (CMS) reconnue au niveau international. Cette homologation atteste aux agences, **qu'elles respectent les normes techniques, économiques et éthiques les plus rigoureuses.**

Le « Consultancy Management Standard » (CMS) a été créé en 1997. Il repose sur la norme ISO 9001 et « Investors in People » et comprend des critères adaptés aux besoins particuliers de la branche communication 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).

La certification CMS offre à la branche communication 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 standard est exclusivement disponible pour les associations membres de l'ICCO. En Suisse, il s'agit de LEADING SWISS AGENCIES qui a d'ailleurs défini la certification comme un critère d'adhésion obligatoire.

La certification est valable trois ans. Lors d'une (re)certification CMS, une évaluation « sur place » vise à vérifier les 8 domaines suivants :

<p>Direction et communication</p> <p>Les agences doivent démontrer qu'elles sont bien organisées que les responsabilités et compétences sont établies et communiquées clairement à tous les niveaux. Il s'agit d'une condition centrale à un travail communication professionnel et de qualité.</p>	<p>Planification de l'entreprise</p> <p>Les directions des agences doivent démontrer que leur plan d'affaires consiste en un programme réaliste et sur le longterme permettant d'atteindre des objectifs réalisables. Cela garantit que les agences communication ne gaspillent ni leur savoir ni leursressources.</p>	<p>Développement de l'entreprise</p> <p>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 doivent être accrues dans les trois à cinq ans.</p>	<p>Système financier</p> <p>Une agence doit démontrer que ses systèmes financiers modernes fonctionnent et que les mécanismes de contrôles sont disponibles.</p>
<p>Projets ou campagnes</p> <p>Dans ce domaine, une agence doit prouver qu'elle dispose d'outils adéquats lui permettant de planifier, mettre en œuvre et évaluer un projet ou une campagne de manière efficiente</p>	<p>Satisfaction client</p> <p>Une agence certifiée selon le CMS doit apporter la preuve que la satisfaction client est mesurée constamment. L'avis des clients quant aux prestations fournies est la priorité absolue-elle est évaluée de manière méthodique afin de permettre l'amélioration du service.</p>	<p>New Business</p> <p>Une agence certifiée selon le CMS doit démontrer la façon dont la qualité est assurée dans le déroulement des processus d'acquisition et de traitement des demandes clients.</p>	<p>Gestion du personnel</p> <p>Une agence certifiée selon CMS accorde une priorité absolue aux compétences personnelles et techniques de ses collaborateurs. Pour cette raison, elle accorde au domaine du développement personnel une grande importance. L'implantation de programmes tels que «Investors in People» a un effet positif sur le renforcement de la réputation de l'agence.</p>