



Communiqué **FHCOT**

Mercredi 10 décembre 2008

FHCOT se développe grâce à son Diagnostic RP™

FHCOT, agence spécialisée dans les Relations avec les Médias depuis 1988, tire un bilan plus que positif de son outil Diagnostic RP, véritable levier de fidélisation et de recrutement.

« En effet, nous constatons que le Diagnostic RP FHCOT joue aujourd'hui un double rôle. Il s'agit, tout d'abord pour nos clients, d'une source d'enseignements incontournable à la définition d'une stratégie RP pertinente. Mais aussi d'un outil de développement commercial très apprécié des responsables marketing et communication qui ne nous connaissent pas encore et auxquels nous offrons, par cette démarche, la possibilité d'avoir un avant-goût de nos méthodes de travail et de notre capacité de conseil », précise Felipe Canto Forest, directeur conseil associé.

Dans un contexte où les notions d'objectifs et d'obligation de résultats s'étendent à l'ensemble des leviers du mix communication, la bonne compréhension des enjeux de la marque constitue une étape essentielle dans le choix des relais d'information prioritaires et dans l'arbitrage des moyens les plus justes.

Le Diagnostic RP FHCOT est un outil propriétaire conçu par les équipes conseil de l'agence. Cette démarche évolue sur différents niveaux d'analyse en fonction de la problématique et de la maturité RP de la marque.

En termes de méthodologie, le Diagnostic RP FHCOT repose sur trois grandes étapes :

- l'**extraction** des enseignements clés – volet majoritairement quantitatif à partir d'une analyse documentaire ;
- la **confirmation** d'une image/message par sa mise à l'épreuve – volet qualitatif au travers de media-audits ;
- la **mise en perspective** des insights dans leur adéquation aux objectifs mécaniques et/ou d'image assignés à la campagne.

Chacun de ces volets d'analyse fait l'objet d'une catégorie de livrables différents dont la vocation est à la fois de constituer un outil de pilotage opérationnel et d'enrichir une courbe d'expérience sur le moyen/long terme au service d'une vision stratégique.

À propos de FHCOT

FHCOT est une agence de Relations Médias indépendante créée en 1988. Membre du Syntec RP, FHCOT revendique un positionnement pluridisciplinaire au travers d'un portefeuille de clients couvrant un large panorama de secteurs d'activité et de la polyvalence de ses compétences.

Autant en termes de typologies de médias : print, web et audiovisuel, que de leviers et problématiques de communication : communication BtoC, BtoB, institutionnelle, lobbying, partenariats, endorsment... FHCOT propose une vision élargie de la communication hors médias.

FHCOT compte parmi ses références récentes : alapage.com (Groupe France Télécom), Atelier Serge Thoraval, Brita, Disney Consumer Products, France Télévisions Distribution, Holts (Groupe Honeywell), 100 ans de l'Industrie Aérospatiale Française (GIFAS), Lansay, Lavazza, Magnum (Unilever), Metro Publications France, Panini (Stickers et Publishing), Passionata (Groupe Chantelle), Paramount Home Entertainment, Compilations Hôtel Costes (PSCHENT), Robopolis, TechnoParade, Telemarket.

Pour en savoir plus : www.fhcom.net

Contact Relations Médias : Frédéric HENRY - Tél. : 06 20 83 23 73 - E-mail : agence@fhcom.net

FHCOT et DIAGNOSTIC RP FHCOT sont des marques déposées de COM.UNIQUE WEB SARL