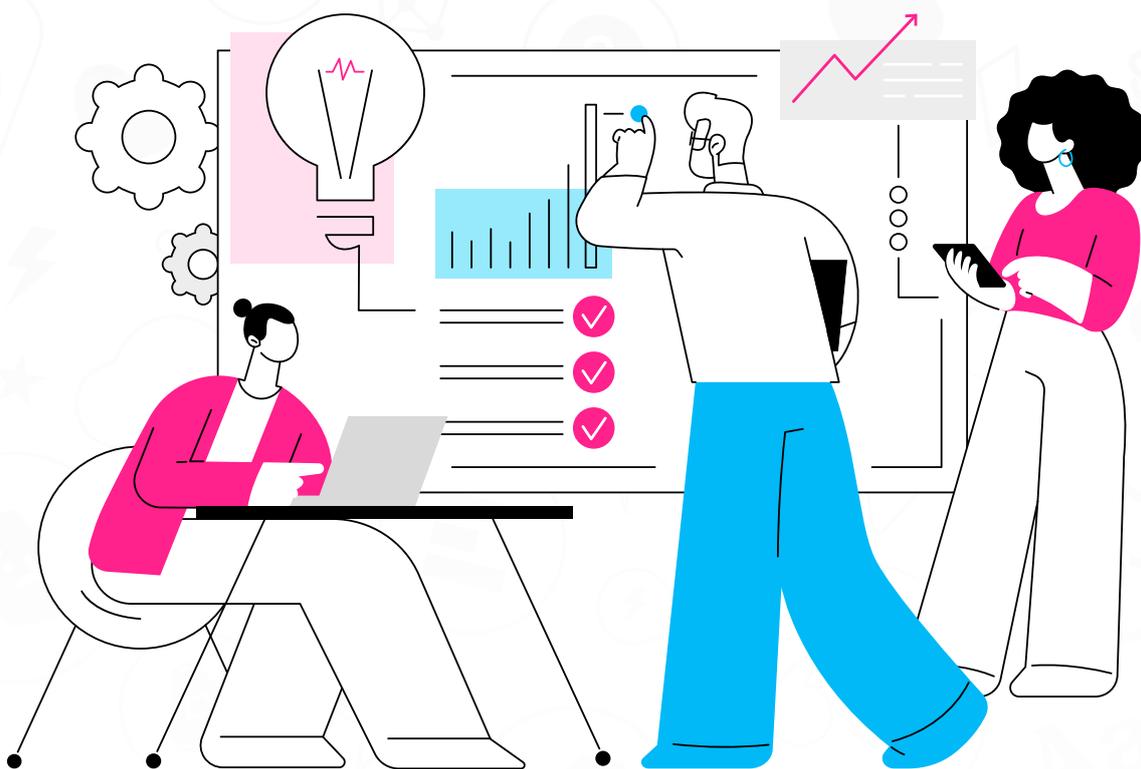


Guide

Le fossé collaboratif

qui freine la performance
des agences marketing



Sommaire

1	La collaboration, un enjeu central pour les agences marketing	05
	1. La multiplication des projets et des canaux	06
	2. Des exigences client plus nombreuses et complexes	06
	3. L'hybridation des équipes en interne	07
2	Les freins invisibles qui bloquent la collaboration en agence	08
	1. Un espace de travail non structuré	09
	2. Un manque de clarté dans les rôles et responsabilités	10
	3. La communication en silos	10
	4. La résistance au changement	10
3	5 conseils pour transformer efficacement vos pratiques collaboratives en agence marketing	12
	1. Centralisez l'information dans un espace de travail visuel	13
	2. Fluidifiez vos workflows avec des activités interactives tout-en-un	14
	3. Engagez vos clients dans la co-création avec des méthodes prêtes à l'emploi	15
	4. Facilitez la structuration des idées grâce à l'IA	15
	5. Conseil bonus : couvrez l'intégralité de votre gestion de projet avec Klaxoon et Wrike	16
4	Conclusion	17



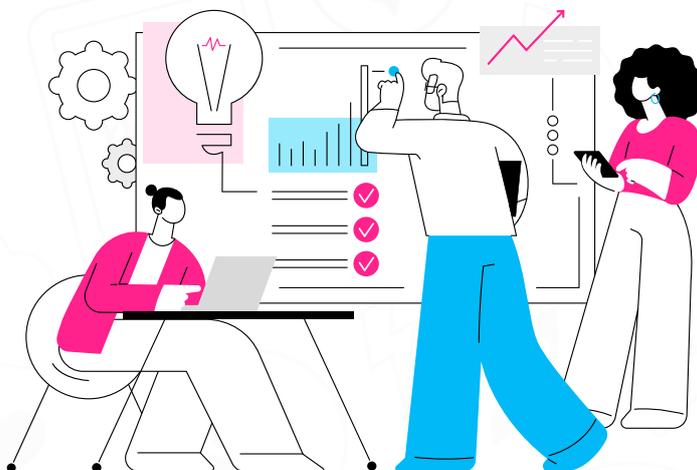
Executive Summary

La collaboration s'impose aujourd'hui comme l'un des plus grands enjeux des agences marketing. Entre la multiplication des projets, l'hybridation des équipes et des clients de plus en plus exigeants, **la gestion du quotidien gagne sans cesse en complexité**. Et si elle n'est pas maîtrisée, cette complexité peut rapidement nuire à la fluidité et à l'efficacité du travail, en interne comme avec les clients.

De plus, derrière cette réalité se cachent souvent **des freins invisibles** : manque de centralisation des informations, communication en silos, résistance au changement... Autant de difficultés qui reposent souvent sur des habitudes de travail bien ancrées, mais dont on perçoit les limites dans le contexte actuel.

Face à ces enjeux, une question se pose : **comment dépasser ces obstacles pour libérer tout le potentiel collaboratif de votre agence ?** De nouvelles approches existent, portées par des outils innovants et des méthodes basées sur la collaboration visuelle. Mais comment les adapter à votre contexte, et par où commencer ?

Ce guide vous propose d'explorer ces pistes, avec **des conseils et des exemples concrets** pour que votre agence marketing retrouve agilité, cohésion et créativité.



Saviez-vous que **76% des dirigeants d'entreprise** font appel à une agence pour piloter leur marketing, leur communication ou leurs projets créatifs ?

Année après année, le marché des agences marketing prend de l'ampleur. Pourquoi ? Parce qu'à l'heure où chaque euro investi doit prouver sa valeur, les entreprises misent sur l'externalisation pour **gagner en agilité, en expertise...** et limiter les risques.

Mais derrière ce dynamisme apparent, un défi de taille persiste : **la collaboration**. Des projets plus nombreux, des clients plus exigeants, des équipes dispersées, la multiplication des outils,... L'alignement et la fluidité des échanges deviennent un véritable casse-tête, aussi bien en interne qu'avec les clients. Qui n'a jamais perdu des heures à courir après le bon brief, à attendre un feedback ou à gérer des allers-retours interminables ?



Source : SoDA & Forrester

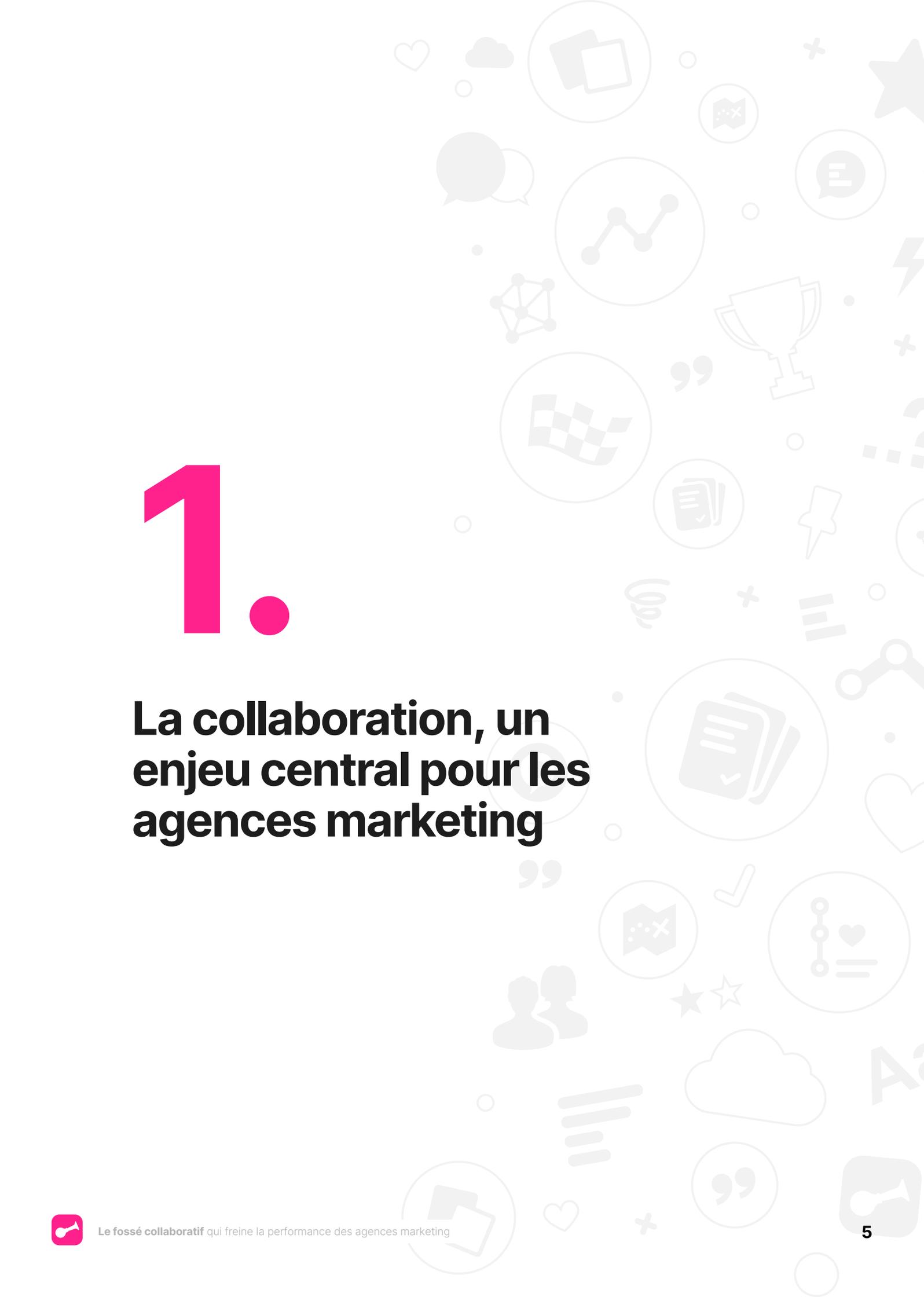
76%
des entreprises font appel à une agence marketing dans leurs projets

Et pourquoi, alors que la technologie n'a jamais autant promis de simplifier le travail d'équipe, le fossé collaboratif continue-t-il de freiner la performance des agences ? Quels sont les blocages invisibles qui font obstacle à votre efficacité ? Plus important encore : **comment transformer cet obstacle en véritable avantage concurrentiel ?**

À travers ce guide, découvrez comment identifier les freins à la collaboration dans votre agence, mettre en place les solutions les plus efficaces pour combler ce fossé, et retrouver enfin une collaboration fluide, efficace et créative, sans compromis sur la qualité.

Alors, prêts à révolutionner vos pratiques ?





1.

La collaboration, un enjeu central pour les agences marketing



La collaboration, un enjeu central pour les agences marketing

Le marché des agences marketing ne s'est jamais aussi bien porté. En France, il a atteint 35 milliards d'euros en 2024, avec deux types de profils d'agences qui se démarquent :

- **Les agences généralistes** : elles accompagnent leurs clients sur l'ensemble de leurs enjeux marketing : stratégie, communication, digital, publicité... Leur force consiste à proposer une offre globale, particulièrement prisée par les PME qui souhaitent centraliser tous leurs besoins auprès d'un interlocuteur unique.
- **Les agences spécialisées** : elles concentrent leur expertise sur un domaine précis : SEO, gestion web, marketing d'influence, création de contenu,... Ce positionnement pointu séduit les entreprises à la recherche d'un savoir-faire spécifique pour répondre à des problématiques ciblées.

Pourtant, qu'elles soient généralistes ou spécialisées, toutes ces agences marketing doivent faire face à des défis croissants liés à leur collaboration.

1. La multiplication des projets et des canaux

L'essor du digital et des nouveaux médias a démultiplié les points de contact entre les marques et leurs audiences, mais aussi entre les agences et leurs clients :

- Les agences doivent mettre en place simultanément **des campagnes sur des canaux de plus en plus nombreux** : réseaux sociaux, web, vidéo, email, podcasts,...
- Parallèlement, elles doivent jongler avec **toujours plus d'outils** pour communiquer et collaborer avec leurs clients : plateformes de gestion de projet, messageries instantanées, solutions de partage de fichiers, outils de feedback visuel,...

Ce constat révèle un paradoxe : plus il y a d'outils et de moyens de communiquer, plus la collaboration devient complexe et chronophage. Chaque outil répond à un besoin précis, mais le **manque de centralisation** peut rapidement entraîner des doublons, une perte de temps et une dispersion de l'information.

2. Des exigences client plus nombreuses et complexes

Les clients attendent aussi des agences qu'elles livrent plus vite, avec des livrables de meilleure qualité et une capacité à mesurer précisément leur retour sur investissement (qui est également exigée en interne).

Dans le même temps, ils souhaitent bénéficier **d'un reporting détaillé, de contenus personnalisés et d'une veille constante** sur les nouvelles tendances. Cette montée en exigence accroît la pression sur les agences, qui doivent sans cesse innover pour rester performantes.



3. L'hybridation des équipes en interne

Enfin, le développement du télétravail, l'internationalisation des projets et la montée en puissance de la *gig economy* (intégration de freelances ou de partenaires extérieurs) accentuent **le besoin de collaborer en mode hybride**, avec des équipes parfois dispersées sur plusieurs fuseaux horaires.



En agence marketing, il est désormais courant de travailler avec une partie de l'équipe sur site, et d'autres participants connectés à distance, qu'ils soient collaborateurs, partenaires ou clients.

Si cette flexibilité favorise la diversité des idées, elle peut aussi compliquer la communication, l'alignement et l'engagement collectif au quotidien.



2.

Les freins invisibles qui bloquent la collaboration en agence



Les freins invisibles qui bloquent la collaboration en agence

Certes, les défis structurels du secteur expliquent une grande partie de la complexité de la collaboration dans les agences marketing, mais **ils n'en révèlent qu'une facette**.

Car face au passage à l'hybride, à la multiplication et à la complexification des projets, on retrouve des pratiques de travail qui montrent aujourd'hui leurs limites. À cela s'ajoute **un manque de structure et de responsabilisation** qui impacte directement l'efficacité, l'engagement et la satisfaction des équipes.

1. Un espace de travail non structuré

Pour répondre à des besoins de plus en plus nombreux et variés, il est naturel que les agences adoptent de nouveaux outils digitaux. Cependant, sans **une intégration cohérente de tous ces outils**, le partage d'informations dans l'espace de travail peut vite devenir difficile, voire impossible à maîtriser :

- Un brief client envoyé par email, tandis que les supports de création restent sur un drive partagé ;
- Une version finale d'un visuel validée sur une messagerie, mais non enregistrée dans l'outil de gestion de projet ;
- Une demande urgente partagée en message direct, mais qui échappe au suivi parce qu'elle n'a pas été relayée aux bonnes personnes...



En l'absence **d'un espace de travail centralisé**, les équipes passent un temps considérable à jongler entre leurs différents outils pour retrouver la bonne information ou la dernière version d'un document.

Au mieux, cela ralentit les projets et génère de la frustration. Au pire, cela entraîne des oublis, des erreurs ou des retards critiques qui peuvent nuire à la relation client et à la réputation de l'agence.

2. Un manque de clarté dans les rôles et responsabilités

La clarté des rôles est essentielle à la performance collective, surtout en agence marketing où les mêmes personnes gèrent souvent plusieurs projets en parallèle, et où la moindre ambiguïté peut avoir un impact négatif.

Pourtant, il n'est pas rare que **la répartition des missions reste floue**, ce qui freine la collaboration et multiplie les dysfonctionnements.

Concrètement, cela se traduit par :

- Des allers-retours interminables pour valider un livrable, faute de savoir qui décide ;
- Des tâches importantes oubliées, parce que chacun pense que d'autres s'en chargent ;
- Des clients qui ne savent pas à qui s'adresser pour obtenir une réponse rapide...

À l'inverse, lorsque chacun connaît précisément son rôle et ses responsabilités, l'équipe gagne en agilité, en réactivité et en qualité de service.

3. La communication en silos

En complément des outils et de la définition des rôles de chacun, ce sont souvent **des habitudes de travail qui ne font plus sens** dans un contexte changeant qui créent une collaboration cloisonnée entre les membres d'une agence.

Ces silos de communication se forment aussi par réflexe :

- Les créatifs, les chefs de projet ou les consultants échangent spontanément avec les métiers qui comprennent le mieux leur langage technique, mais il reste difficile de **créer un langage commun** entre le client et tous les interlocuteurs impliqués dans la production.
- Les réunions se répètent sans réelle coordination, chacun avançant sur ses priorités sans toujours prendre en compte **les dépendances entre chaque métier**, et l'impact des changements de dernière minute sur le planning.
- Les feedbacks et les décisions **circulent de façon informelle**, parfois oralement ou via des échanges privés, ce qui complique le suivi et l'alignement global.

Cette fragmentation des interactions ralentit la prise de décision, multiplie les incompréhensions et peut générer des frustrations.

À l'inverse, **favoriser une culture de la collaboration transversale**, où l'information circule librement et où chacun peut s'exprimer sans contraintes, est essentiel pour dépasser ces silos et renforcer l'efficacité collective.

4. La résistance au changement

Enfin, qu'elle porte sur les outils, les processus ou les pratiques, toute démarche de transformation s'accompagne d'une part de résistance au changement dans les organi-



sations, et les agences marketing ne font pas exception.

Changer des habitudes bien ancrées demande du temps, des efforts, et peut susciter des inquiétudes : peur de perdre ses repères, crainte de ne pas maîtriser les nouveaux outils, sentiment de surcharge...

Parfois, c'est la culture d'agence elle-même qui freine l'adoption du changement, par manque d'accompagnement ou de communication sur les bénéfices attendus.

Pour dépasser cette résistance, il est essentiel d'impliquer chacun dans la réflexion, de valoriser les initiatives et d'instaurer **une culture axée sur l'expérimentation et l'amélioration continue.**



3.

5 conseils pour transformer efficacement vos pratiques collaboratives en agence marketing



5 conseils pour transformer efficacement vos pratiques collaboratives en agence marketing

Heureusement, il est possible de dépasser ces obstacles et d'ouvrir la voie à une nouvelle forme de collaboration. En misant sur **la collaboration visuelle** et sur un usage réfléchi des outils collaboratifs, les agences marketing peuvent véritablement transformer leurs pratiques et retrouver agilité, fluidité et créativité.

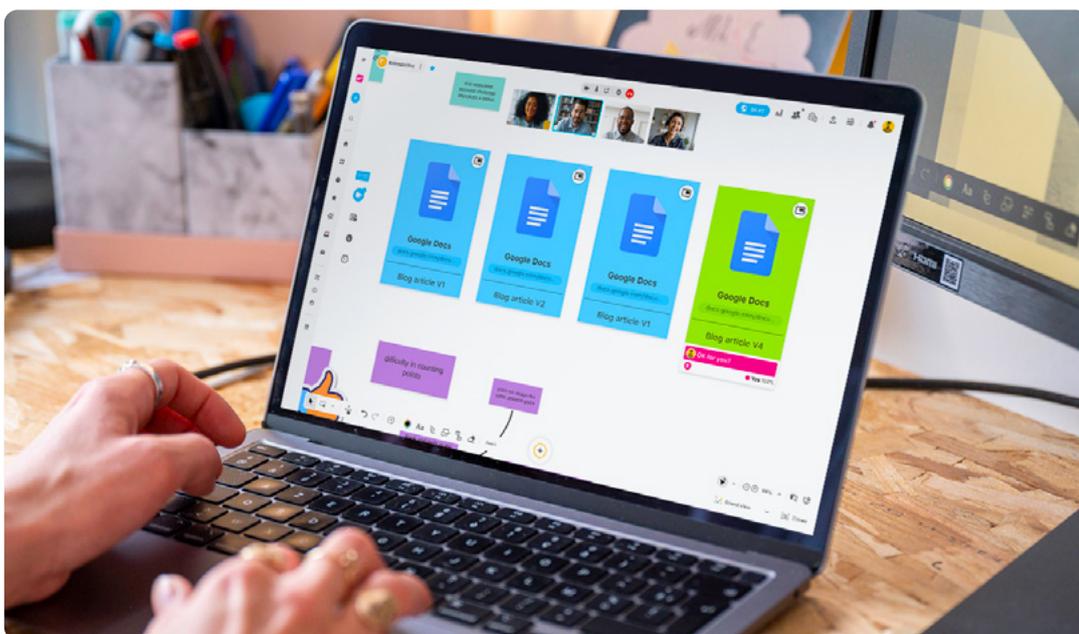
Pour y parvenir, la solution la plus rapide et efficace consiste à **mettre en place une plateforme collaborative tout-en-un**. À travers ces 5 conseils concrets, découvrez comment ce type d'outil peut vous aider à optimiser l'organisation de votre travail en agence.

1. Centralisez l'information dans un espace de travail visuel

Commençons par un rappel : la collaboration visuelle repose sur des pratiques qui rendent l'information et les échanges accessibles à tous, en temps réel, grâce à des supports graphiques et interactifs.

En agence marketing, cette approche permet de centraliser les échanges et les livrables, tout en offrant à chaque intervenant, client ou équipe interne, **une vision claire et complète** de l'avancement des projets.

Prenons l'exemple d'un **whiteboard visuel** (comme un [Board Klaxoon](#)) dédié à la collaboration avec un client :



Par exemple, sur un whiteboard, vous pouvez partager à la suite les différentes versions de vos livrables, et utiliser un code couleur pour indiquer la version la plus à jour.

- **Le client** visualise plus facilement les informations dont il a besoin, et peut déposer ses retours ou ses demandes de façon structurée et plus simple à comprendre et à retenir qu'avec du texte brut.
- **Pour les équipes internes**, le whiteboard facilite le suivi, la coordination et la gestion des priorités, tout en rassurant chacun sur la transparence et la fiabilité du processus.

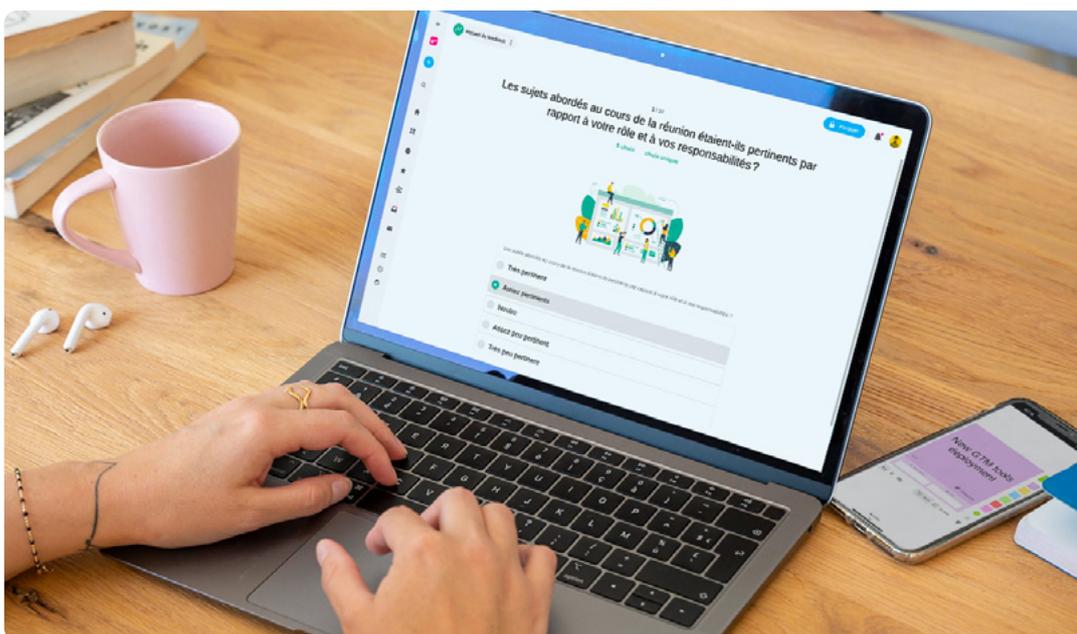
2. Fluidifiez vos workflows avec des activités interactives tout-en-un

Selon un rapport Marketing Charts de 2024, **66% des agences marketing** considèrent la gestion d'un nombre croissant d'outils et de canaux comme un véritable frein à la fluidité des échanges. Et 78% d'entre elles estiment qu'avoir les bons outils en place est essentiel pour travailler efficacement.

Pour simplifier et dynamiser vos workflows, **variez les formats de vos interactions** grâce à des activités visuelles : quiz, sondages, outils de recueil de feedback... sans quitter votre espace de travail visuel centralisé !

Par exemple, dans votre Board de projet, vous pouvez également partager un Sondage rapide aux acteurs du projet pour recueillir leurs premières impressions, et vous aider à orienter le projet dans la bonne direction. Ce fonctionnement tout-en-un vous permet de :

- Gagner en fluidité ;
- Consolider tous les retours ;
- Tracer la prise de décision ;
- Réduire la charge mentale liée à la gestion de multiples outils.



Dans Klaxoon, créez un Sondage dynamique et visuel avec plusieurs types de questions : QCM, questions ouvertes...

3. Engagez vos clients dans la co-crédation avec des méthodes prêtes à l'emploi

En agence, la pression du *time-to-market* laisse de moins en moins de place à l'engagement client à l'étape de la co-crédation du projet.

Dans ce contexte, **des méthodes d'ateliers ou de sances de brainstorming** prêtes à l'emploi peuvent être d'une efficacité redoutable pour décupler votre efficacité, et établir facilement un langage commun avec vos clients même quand ils ne connaissent pas votre métier.

Par exemple, sur Klaxoon, vous avez accès à une bibliothèque de templates d'activités déjà structurées pour organiser un atelier d'idéation, animer une réunion de suivi ou prioriser vos actions, en équipe ou avec vos clients.



Dans ce modèle de Board destiné aux sances de brainstorming, il vous reste seulement à ajouter vos idées dans les espaces prévus à cet effet !

4. Facilitez la structuration des idées grâce à l'IA

L'intelligence artificielle est aujourd'hui un véritable levier de performance pour les organisations, et les agences marketing doivent aussi l'utiliser pour se démarquer.

Certaines plateformes tout-en-un, dont Klaxoon, **intègrent déjà des fonctionnalités IA** directement dans leurs whiteboards, et vous permettent ainsi de :

- **Résumer** visuellement vos idées ;
- **Regrouper** automatiquement les contributions par thématique ;
- **Traduire** instantanément les échanges dans une centaine de langues ;
- **Générer un plan d'action** complet à partir de vos discussions.

Par conséquent, vous passez moins de temps à organiser manuellement vos informations,



vous facilitez votre travail à l'international, et **vous rassurez vos clients** qui constatent un passage rapide et concret de l'idée à l'action.

5. Conseil bonus : couvrez l'intégralité de votre gestion de projet avec Klaxoon et Wrike

Pour maximiser à la fois votre efficacité en co-création et dans l'exécution, **l'association entre Klaxoon et Wrike** est la combinaison la plus puissante et la plus complète pour accompagner la transformation de votre agence.

Wrike est une plateforme de gestion du travail qui s'intègre parfaitement avec Klaxoon, et vous bénéficiez ainsi **d'un espace de travail unique et continu**, de l'idéation à la gestion opérationnelle. Concrètement, vous pouvez :

- Transformer les idées retenues lors d'un brainstorming Klaxoon directement en tâches Wrike ;
- Importer des éléments de gestion de projet de Wrike dans Klaxoon (tâches, briefs, etc.) ;
- Accéder à vos Boards Klaxoon depuis Wrike, pour une visibilité globale et un suivi centralisé.



4.

Conclusion



Conclusion

Pour les agences marketing, transformer les pratiques collaboratives est aujourd'hui une nécessité pour **maximiser l'efficacité et les performances**, en interne comme avec les clients.

Cette évolution passe par la centralisation des échanges, la fluidification des workflows et la maîtrise conjuguée de la créativité et de l'exécution opérationnelle. Grâce à ces leviers, vous ouvrez la voie à une collaboration plus simple, plus transparente et plus productive.

Des solutions comme Klaxoon et Wrike rendent cette transformation accessible : elles permettent de libérer tout le potentiel de vos équipes et d'offrir à vos clients **une expérience réellement différenciante**.





**Et si la qualité de votre
collaboration devenait enfin
le meilleur atout concurrentiel
de votre agence ?**

[Contactez-nous](#)



La plateforme de collaboration visuelle tout-en-un qui booste l'engagement et la productivité en entreprise

Combinant une suite unique de 9 outils de collaboration visuelle, Klaxoon démultiplie l'engagement de tous, en réunion et en dehors, augmente la productivité et favorise un environnement de travail innovant.

En savoir plus



Augmenter l'engagement avant, pendant et après les réunions

Permettre à chacun d'accomplir plus ensemble, et maintenir un niveau d'engagement élevé en favorisant une culture de participation active, en réunion et au-delà.

On obtient 100% d'engagement
Vincent Gonzalez, Responsable de la performance - Safran Landing Systems



Faciliter le business, la prise de décision et accroître la productivité

Simplifier la collaboration en interne et en externe avec vos partenaires, tout en accélérant la prise de décision, les processus, les projets, les livrables et la mise sur le marché.

On a gagné 40% de temps en plus
Marc Gigon, Global Digital Advisor - Microsoft



Stimuler l'innovation et la prise de décision dans un cadre de travail novateur

Équiper vos collaborateurs avec des outils innovants pour relever au quotidien leurs défis professionnels, où qu'ils soient, tout en rationalisant votre portefeuille applicatif.

Klaxoon permet de réfléchir ensemble et prendre des décisions ensemble
Peter Quiguer, Digital Experience Director - Lesaffre International

7500
entreprises clientes

120
pays

100%
CAC 40

4,7/5
★★★★★

Environnement 100% sécurisé

des technologies à la pointe des standards de sécurité et de confidentialité

← → app.klaxoon.com

- ✓ Hébergement sécurisé
- ✓ Conforme RGPD
- ✓ Certifié SOC2 Type 2
- ✓ SSO

Interopérabilité avec vos outils

- Microsoft Teams
- Google Workspace
- Jira Software
- Confluence
- moodle.

klaxoon.com

Utilisé par plusieurs centaines de milliers de collaborateurs, récompensé dans le monde entier



klaxoon

a Wrike company

klaxoon.com

