



insign.fr

Insign hacke le business de la communication

Communiqué de presse



« Le business hacking est devenu notre marque de fabrique. Porté par l'ensemble des collaborateurs, il est au cœur de notre approche du métier et distillé dans l'ensemble de nos méthodes de travail. Il est notre point de différenciation et le premier levier de performance pour nos clients »

—
Lionel Cuny
Président d'Insign

Insign réinvente la conception et la mise en oeuvre de stratégies de communication autour d'un concept : le business hacking. Nouvel état d'esprit, nouvelle méthode et organisation, l'agence se recentre sur la création de valeur, l'efficacité et la performance. Cette (r)évolution se traduit par un nouveau positionnement et une nouvelle identité, remettant la communication au cœur de la croissance.

Dans un contexte ultra concurrentiel où les entreprises ne doivent plus se contenter de gagner des parts de marché, mais reconfigurer leur secteur en leur faveur, les agences de communication doivent trouver de nouveaux relais de croissance. Insign l'a bien compris et a décidé d'hacker les codes du business de la communication en repensant le rôle des agences.

Le business hacking : un état d'esprit

Il consiste à se concentrer sur la création de valeur. Pour une marque, elle ne se mesure plus seulement à sa performance économique et sa notoriété mais aussi à sa capacité à s'ancrer profondément dans les usages de ses publics et à engager une relation privilégiée et durable avec eux. Pour Insign, l'agence doit être au service du développement de ses clients, transcender les disciplines, et s'immerger pour imaginer et concevoir des dispositifs qui permettront à ses clients de challenger leur business model.

Le business hacking : une méthode



Le vrai savoir-faire de l'agence est sa capacité à gérer l'incertitude dans des délais toujours plus courts et à faire preuve d'agilité pour mieux accompagner ses clients dans leurs projets : se positionner sur les sujets émergents, se désinvestir de ceux déclinant et éviter ceux pouvant nuire à l'image de marque.

Pour y parvenir Insign propose une nouvelle forme d'accompagnement de ses clients pour aller toujours plus vite, toujours plus loin, et utilise certaines méthodes ci-dessous :

- La *Blue Ocean Strategy*, consistant à reconfigurer le marché en sa faveur. L'objectif est de se mettre en danger pour sortir de sa zone de confort et pouvoir se surpasser.
- Le *Design Thinking*, cherchant à faire émerger de nouvelles idées et de les concrétiser dans des délais très courts.
- Le *Growth Hacking*, visant à imaginer des solutions de médiatisation alternatives.

Le business hacking : une organisation

Axée sur une organisation horizontale, cette holocratie privilégie la compétence, la liberté de penser, la collaboration, le respect des compétences de chacun, l'initiative individuelle, l'envie et la responsabilisation. Organisée comme une start-up, l'agence est agile, ouverte, favorise l'échange et fédère des compétences complémentaires.

Contacts presse

Samantha Druon

samantha.druon@insign.fr

T. 04 72 00 46 56

Laurène Wale

laurene.wale@insign.fr

T. 06 65 41 24 83

Site : Insign.fr

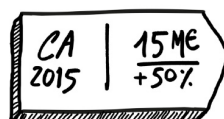
Twitter : [@Agence_Insign](https://twitter.com/Agence_Insign)

Facebook : [Insign](https://www.facebook.com/Insign)

Linkedin : [Insign Agence](https://www.linkedin.com/company/insign-agence)

A propos d'Insign

Insign réinvente la conception et la mise en oeuvre de stratégies de communication autour d'un concept : le business hacking. Nouvel état d'esprit, nouvelle méthode et organisation, l'agence se recentre sur la création de valeur, l'efficacité et la performance.



Groupe Parot

Renault Trucks

Grand Lyon

Valrhona

armée de Terre

Laboratoire Gallia

Martinet

La Poste

G7

Oberthur Technologies

Continental