



## J'AIME LES STARTUPS

LES DESSOUS DES STARTUPS... *et bien plus encore !*

PUBLICATIONS PARLER DE VOUS LISTE DES STARTUPS A PROPOS NEWSLETTER

Rechercher une startup...



Startup

## DOUZE AVRIL

December 19, 2016

**DOUZE  
AVRIL**  
AGENCE CONSEIL EN COMMUNICATION

Startup fondée par :  
Aurore Queriaud et Aurélia  
Jourdain

[douzeavril.com](http://douzeavril.com)  
[fb.com/douzeavril](https://fb.com/douzeavril)  
[@douzeavril](https://twitter.com/douzeavril)  
[Lnkdin/douzeavril](https://lnkdin.com/company/douzeavril)

Tags :

association, bienveillance,  
communication,  
communiqué, dossiers,  
empathie, media, médias,  
presse, transparence

Douze Avril, c'est l'agence de communication solidaire avec un concept bien concret !

Que proposez vous ?

Notre agence de communication est spécialisée dans les relations médias des secteurs techniques (BTP, Environnement, Industrie) et des associations.

Comment avez vous eu l'idée ?

Quand l'agence dans laquelle j'étais avec mon associée a fermé, nous avons décidé de monter une agence à notre image : solidaire, bienveillante et connectée!

Qu'est ce qui vous a convaincu de vous lancer et de créer ce projet ?

C'était le bon moment dans nos vies et nous savions que nous avions la bonne démarche.

Depuis combien de temps avez vous commencé ce projet ?

Cela fera bientôt 3 ans.



A quel besoin répondez vous (Pourquoi vos clients ont-ils besoin de votre produit/service ?)

Participation à un salon, lancement d'un nouveau produit, acquisition d'une entreprise: cela intéresse les médias et ce sont des occasions idéales pour faire parler d'une entreprise.

Les relations avec les médias diffèrent de la publicité en terme d'impact et de valeur. Communiquer dans les médias est un moyen efficace de développer la notoriété de l'entreprise, établir une image de marque valorisante, et contribuer à l'augmentation du chiffre d'affaires.

### Quel est votre cœur de cible ?

Nous travaillons avec des TPE et des grands groupes internationaux.

### Comment allez-vous vous faire connaître de vos clients ?

Nous passons beaucoup de temps sur les salons professionnels. Nous avons la chance de constater que, ces derniers mois, les clients viennent à nous par le bouche à oreille.

### Quel est le business model Comment gagnez-vous de l'argent ?

Nous avons très rapidement pu nous payer car en dehors des frais d'achat de fichiers presse, nous n'avons pas beaucoup de frais. Cela nous permet de pratiquer des tarifs raisonnables et de fidéliser nos clients.

### Quelles sont les technologies que vous utilisez ?

Nous travaillons avec des services qui nous fournissent des plateformes qui nous permettent d'accéder à plus de 10 000 journalistes en France (web, papier, TV, radio), aux listes des maisons de production, au dossiers rédactionnels à paraître...

### Quels sont les plans pour l'entreprise (revente, Ipo, rien du tout) ?

Nous sommes fières de dégager nos salaires et de pouvoir faire travailler nos partenaires (rédacteurs, community managers, téléopérateurs, graphistes...) et pour le moment les seuls plans sont de développer encore plus Douze Avril.

### Qui sont vos principaux concurrents ? (Si si, il y a toujours un concurrent)

Les agences de relations presse spécialisées.

#### En quoi vous démarquez vous de vos concurrents ?

Notre angle et notre façon de travailler en toute transparence avec nos clients nous démarquent de nos concurrents.

### Quels sont vos avantages par rapport à vos concurrents (vous avez le droit à un joker pour cette question)

Par rapport aux grosses agences, je dirais que nos avantages résident dans nos tarifs et dans la proximité. Un client nous a dit un jour qu'il préférerait être le gros client d'une petite agence que le petit client d'une grosse agence.

Par rapport aux petites agences, je crois que c'est le fait de pouvoir répondre aux besoins de nos clients à beaucoup de niveaux (CM, Plan média, rédactions de contenu, référencement, graphisme, plan marketing...) et ce notamment grâce à nos partenaires qualifiés.

### Où voyez-vous l'entreprise dans un an ?

A peu près au même endroit mais avec un chiffre d'affaires plus important et les mêmes clients qu'aujourd'hui (en plus des nouveaux) ce qui voudra dire qu'on aura réussi à les fidéliser!