

SAVOIR ELABORER UN MESSAGE PUB EFFICACE - TV

Se doter d'une culture pub, comprendre comment s'élabore une message publicitaire efficace

Méthodologie de réflexion, adéquation entre la forme et le fond, compréhension des critères d'impact sont les prérequis nécessaires à l'élaboration d'une publicité efficace. En s'appuyant sur quantité d'exemples de spots publicitaires, d'epublicités et d'annonces presse, cette formation démonte un à un les mécanismes utilisés par les publicitaires pour concevoir un message pertinent. Dans ce cadre, il sera également abordé le contenu des briefs

externes et internes. Que conseiller à son annonceur afin qu'il fournisse des éléments pertinents et exploitables ? Que transmettre en retour à l'équipe de réalisation, afin qu'elle puisse concevoir un spot publicitaire impactant dans le respect des moyens alloués (temps, outils) ? Une formation-action pour optimiser son talent et la qualité du service rendu à son annonceur.



Objectifs

- ✗ Prendre conscience de la nécessité de renforcer l'impact des messages vers leurs destinataires
- ✗ Comprendre la démarche de conception publicitaire
- ✗ Savoir concevoir un message publicitaire efficace
- ✗ Acquérir une culture publicitaire de base, un langage nouveau et commun entre les services concernés par la conception d'une publicité
- ✗ Concevoir un brief externe

Contenu

1^{ère} journée : la forme

Théorie et types de communication
 Mécanismes d'impact et approches publicitaires
 Principes graphiques : couleurs, formes, formats...
 La lecture d'une image, le rapport texte/image
 Les règles typographiques et de composition
 Trajets de lecture, règles de mise en page
 Spécificités du spot publicitaire et du publireportage TV
 Entraînement : analyse critique et corrective de messages publicitaires

2^{ème} journée : le fond

Logo, image de marque et identité
 Les stratégies de communication adaptées aux médias locaux
 Les principes créatifs
 Lisibilité et niveaux de lecture, hiérarchisation de l'information
 Conception du message et scénario
 Mécanismes rédactionnels et créations de slogans
 Conception d'un brief client en fonction des éléments de fond à obtenir.

Jours **2 jours**

Lieu **in situ**

Stagiaires **8**

Niveau **Initiation**

Public Les « marketeurs », commerciaux, graphistes

Formateur Sophie Douhet

Pédagogie Progressive
 Illustration par l'exemple (mise à jour régulière)
 Entraînement et simulation professionnelle
 Exercices d'application en alternance avec les apports théoriques.
 Evaluation des acquisitions par un exercice final.

Modalités d'intervention Mono-intervention
 Prévoir un temps de préparation pour une formation sur mesure (études de cas).

 **CONNEX FORMATION**
 Agence de formation à la communication

Tél. : 06 12 25 12 78

Siren : 424 845 949 - APE : 9499Z

N°organisme de formation : 73 31 03619 31 - Altitude 31 - Contrat CAPE