

EFFICACITE PUBLICITAIRE ET TENDANCES (BI MEDIA)

Optimiser la traduction graphique d'un message print et web

Ce module s'adresse aux graphistes qui ont suivi au préalable les stages de Techniques de Conception Publicitaire. La première partie de la formation se déroule autour d'un jeu de plateau, animé par le formateur. « La Roue de la Pub » permet à chacun de se remémorer des savoirs et des savoir-faire (jeux de rôle) à chaque étape du processus de conception d'un message sur le fond et la forme. Dans un second temps, il s'agira de comprendre et d'identifier les éléments qui font les tendances graphiques du moment, sur le print

et le web afin de pouvoir les exploiter dans le cadre de la production.

L'entraînement sur écran qui suivra sera guidé par l'utilisation des BEBI'S CARDS et GRAPH'S CARDS, outils ludo-pédagogiques dont la manipulation permettra de mieux comprendre la demande du commercial et d'en optimiser la traduction graphique.

Jours : **1 jour**

Étapes : **1**

Stagiaires : **4/6**

Niveau : **Perfectionnement**

Public Graphistes, maquettistes

Formateurs Sophie Douhet
Christine Moisson
Myriam Saint Leger
Marie Olé
Jeanne Delécluse

Pédagogie Outils ludo-pédagogiques
jeu de plateau - jeux de cartes - réalisation sur écran.

Modalités d'intervention Formation en bi-intervention. Grande salle équipée en partie avec ordinateurs.
Prévoir de la préparation pédagogique.

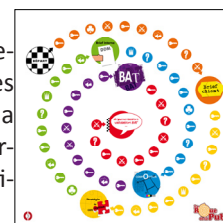
Objectifs

- ✗ Rappels sur les règles d'impact d'un message sur le fond et la forme
- ✗ Analyse critique d'annonces
- ✗ Connaître les tendances graphiques actuelles du print et du web
- ✗ Mieux comprendre la demande sur le fond pour optimiser la traduction sur le la forme

Contenu

« La Roue de la pub »

Ce jeu de plateau permet aux graphistes de se remémorer de manière ludique, les fondamentaux des règles d'impact, en abordant toutes les phases de la conception d'une publicité de la prise de brief à l'argumentation BAT. Ce jeu est suivi d'une analyse critique et corrective de publicités print et web.



Les tendances graphiques sur le print et le web

A partir de l'observation et l'analyse de messages parus sur différents supports (annonces, affiches, flyers, epublicité, sites, blogs...), identification de ce qui fait la tendance : typo, couleurs, mises en page, visuels...qu'il est préférable de connaître pour communiquer efficacement. Les 10 tendances qui comptent. Tendances graphiques par univers métiers. Tendances sociologiques.

« Les Bebi's cards » et les « Graphs' cards »

En fonction des thématiques abordées par les cartes du jeu « bebi's cards » (cible, CSP, âge objectif de communication, ton, accroche, positionnement), qui correspondent aux éléments retenus d'un brief chez l'annonceur, le graphiste va poser en face des cartes du jeu « Graph's cards » qui correspondent aux outils graphiques qu'il souhaite utiliser pour y répondre (style de typo, couleur, forme, composition, type de traitement de l'image). Argumentation. Séance de réalisation sur écran.

