

SAVOIR ELABORER UN MESSAGE PUBLICITAIRE EFFICACE (bi-média)

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

Méthodologie de réflexion, adéquation entre la forme et le fond et compréhension des critères d'impact sont les pré-requis nécessaires à l'élaboration d'une publicité efficace.

En s'appuyant sur quantité d'exemples plurimédia, cette formation démonte un à un les mécanismes utilisés par les publicitaires. Par ailleurs, ce stage propose d'utiliser un process de transmission des informations (la Demande de Maquette Simplifiée), comme outil facilitateur d'échanges

entre les commerciaux et les graphistes. Afin d'amener les commerciaux à en optimiser l'utilisation, ils seront amenés également à utiliser une méthodologie de prise de brief grâce à un outil ludo pédagogique : les Bebi's cards. Ce stage ne peut à lui seul garantir un changement des pratiques. Il est le socle de base nécessaire pour un plan de formation poursuivant par des sessions plus techniques. Ceci afin de passer efficacement des savoirs aux savoir-faire.

Objectifs

- ✗ Prendre conscience de la nécessité de renforcer l'impact des messages vers leurs destinataires
- ✗ Comprendre la démarche de conception publicitaire print et web
- ✗ Connaître les techniques rédactionnelles et les règles graphiques
- ✗ Acquérir une culture publicitaire de base, un langage nouveau et commun entre les services concernés par la conception d'une publicité
- ✗ Découvrir et utiliser la DDMS
- ✗ Acquérir les réflexes de discours en prise de brief chez l'annonceur

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

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 print et web

Les principes créatifs

Lisibilité et niveaux de lecture, hiérarchisation de l'information

Conception du message

Mécanismes rédactionnels et créations de slogans

Découverte et pratique de la Demande de Maquette Simplifiée

Méthodologie de la prise de brief (BEBI's cards) et entraînement

Jours **2 jours**

Étape **1/3**

Stagiaires **8/10**

Niveau **Initiation**

Public commerciaux, assistantes

Formateur Myriam Saint Leger ou
Christine Moisson ou
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

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