



FORMATIONS COURTES

INITIATION

BEST-OF

DIST.

Ref. : AS01419

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1530 € HT

Code Dokelio : 67550

LE PROCESSUS CRÉATIF

Du brief au concept : concevoir des dispositifs de communication efficaces

Au sein des métiers liés à la créativité, les compétences techniques vont souvent de soi. Le travail se fait avec des outils qu'on aime utiliser et l'expertise vient avec le temps. Mais il est une compétence tout aussi vitale, souvent négligée : celle des savoir trouver des idées, et surtout de les vendre. Avec notre formation Le processus créatif, PYRAMYD vous donne la méthodologie nécessaire à tout professionnel pour trouver un concept, le développer et le défendre. En seulement trois jours, vous apprendrez à établir un brief clair et pertinent pour votre audience, à développer votre créativité et à décliner vos idées les plus efficaces. Notre formation Le processus créatif est ouverte à toute personne souhaitant dynamiser ses projets ou dispositifs de communication.

LIEUX ET DATES DÉTAILLÉS

À distance

26 et 27 oct. 2023

- 26/10/2023 09:00 --> 27/10/2023 17:30 à À distance
 - 26/10/2023 09:00 --> 26/10/2023 17:30
 - 27/10/2023 09:00 --> 27/10/2023 17:30

OBJECTIFS

Appréhender les notions de promesse, contexte, public, concurrence...

Formuler un brief clair

Distinguer et développer les compétences du binôme concepteur-rédacteur / directeur artistique

Trouver des concepts, évaluer leur pertinence et leur efficacité

Décliner des concepts sur différents supports de communication

EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

POUR QUI ?

Cette formation est accessible à tous

PRÉREQUIS

Aucun.

COMPÉTENCES ACQUISES

Concevoir des campagnes de communication cohérentes et pertinentes et les décliner sur différents supports

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

E-quiz amont
Présentiel
Modules vidéos
E-quiz aval

PROGRAMME

Le processus créatif

Appréhender les notions de promesse, contexte, public, concurrence..

- Prendre en compte l'environnement d'une marque et son public
- Comprendre la notion de promesse (produitconsommateur)
- Comprendre les notions de territoire de marque et de positionnement

Étude de cas : analyse de marques à travers leur communication



Organisme qualifié
par l'ISQ-OPQF



Membre de la Fédération
Les Acteurs de la Compétence

CFPJ SAS - 18-24 rue Tiphaine - 75015 PARIS
Tél. : +33 (0)1 42 21 02 02 - e-mail : serviceclient@cfpj.com
Siret 449 557 339 000 16



Formuler un brief clair

- Cerner le public cible
- Analyser le contexte et la concurrence
- Hiérarchiser l'information
- Définir les objectifs
- Déterminer les messages possibles en tenant compte de ces critères
- Élaborer un brief utile destiné aux créatifs pour faciliter la recherche d'idées

Étude de cas : analyse de briefs existants

Exercice : imaginer et rédiger le brief créatif d'une publicité existante

Distinguer et développer les compétences du binôme concepteur-rédacteur / directeur artistique

- Chercher un concept par écrit (slogan, baseline)
- Comprendre ce qu'est une accroche et son rôle
- Imaginer un concept visuel
- Tirer parti de la complémentarité des métiers de directeur artistique et de concepteur-rédacteur
- Assimiler la notion de démonstration
- Développer le "matériau créatif"
- Comprendre les notions de clichés et de décalage

Étude de cas : analyse de publicités existantes

Exercice : application des acquis sur un sujet donné

Trouver des concepts, évaluer leur pertinence et leur efficacité

- Comprendre la notion de concept et son importance pour communiquer efficacement
- Transformer une promesse en concept
- Évaluer la création
 - est-elle en accord avec les points du brief (public, contexte, objectifs) ?
 - restitue-t-elle fidèlement la promesse choisie ?

Exercice : application des acquis sur un sujet imposé

Décliner des concepts sur différents supports de communication

- Étudier les différents canaux de communication (print, viral, événement...)
- Comprendre leurs spécificités et leur complémentarité
- Concevoir une campagne de communication multicanal adaptée

Étude de cas : analyse de publicités existantes

Exercice : déclinaison d'un concept sur divers supports

INTERVENANTS

Un "team créatif" (directeur artistique / concepteur rédacteur) ayant plus de 10 ans d'expérience en enseignement

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Matériel et/ou logiciels nécessaires pour suivre cette formation : Pas de matériel nécessaire requis pour cette formation
Équipe pédagogique : Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.
Techniques pédagogiques : Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.
Ressources pédagogiques : Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur notre plateforme.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap



Organisme qualifié
par l'ISQ-OPQF



Membre de la Fédération
Les Acteurs de la Compétence

CFPJ SAS - 18-24 rue Tiphaine - 75015 PARIS
Tél. : +33 (0)1 42 21 02 02 - e-mail : serviceclient@cfpj.com
Siret 449 557 339 000 16