



RENFORCER L'IMPACT VISUEL DES SUPPORTS DE COMMUNICATION

PROGRAMME

Objectifs

- Maîtriser les clés d'une communication visuelle on et off-line attractive
- Rédiger un cahier des charges clair pour vos prestataires internes ou externes
- Savoir évaluer ses créations graphiques.

Public concerné

Responsable marketing opérationnel, communication externe et cadre commercial, chef de produit.

Pré-requis

Réussir une campagne de publicité.

Durée : 4 jr(s)

Connaître les éléments de base de la communication visuelle - Cas pratiques

Acquérir les notions-clés d'une communication visuelle efficace on et off-line : regard, image, analyser l'image, hiérarchiser les visuels et établir les priorités en fonction de ce que l'on veut dire, servir la stratégie marketing en fonction de l'orientation client ou produit, positionner la marque, choisir les cibles.

Du cahier des charges à l'évolution du résultat - Cas pratiques

Elaborer un cahier des charges précis et pertinent : questions existentielles, conception du brief comme un outil de rigueur et cahier des charges, utilisation du brief comme outil de séduction de stimulation pour le concepteur, nouvelles attitudes envers le support papier, comprendre les différences de lecture entre mailing et catalogue.

Comprendre les éléments graphiques : le vocabulaire et les logiciels graphiques, la typographie, les règles de mise en page, la chaîne graphique et les procédures, le langage.

Le catalogue produit : chemin de fer, parti pris éditoriaux, iconographique et rédactionnel, mise en page spécifique.

Accroître l'attrait des supports on-line dématérialisés : évoluer vers la dématérialisation des supports, les attitudes et usages des lecteurs, mode de lecture des internautes, développer un style rédactionnel adapté aux spécificités du on-line, enrichir le contenu par les visuels et les effets d'animation, règles de déontologie sur Internet.

Brochure commerciale et plaquette publicitaire : trouver le juste équilibre entre image institutionnelle et vente des produits

Piloter la réalisation de la conception à l'édition : les étapes-clés de la chaîne éditoriale, élaborer les plannings et tableaux de bord.

Evaluer la qualité graphique des documents et leur conformité avec le cahier des charges : évaluer l'efficacité de la documentation avec une grille d'analyse (la lisibilité, la composition, le contraste, la luminosité d'un visuel), rendre une analyse critique sur le travail réalisé grâce à une réflexion structurée sur les points essentiels à évaluer, appréhender les courants et tendances en communication graphique on et off-line, ne pas démotiver le créatif et décourager sa créativité, calibrage des documents et grammage du papier.