



LA RECOMMANDATION OPÉRATIONNELLE

J'anime ce module auprès d'étudiants en spécialité Communication et Marketing Publicitaire en 3^{ème} et 4^{ème} année.

Fruit de mes 20 ans de pratique en agence de communication et chez l'annonceur, j'apporte ici toute mon expérience de la soutenance.

Durée : 16 heures

Groupes: de 5 à 12 personnes

Devis sur demande

PUBLIC

Étudiants en école de communication et écoles de commerce, centres de formation professionnelle, instituts de formation, formation professionnelle continue dans les métiers de la communication.

OBJECTIFS

- Préparer au métier de Chef de Publicité/ Chargé de communication.
- Verrouiller les bases et les principaux outils méthodologiques (fonctionnement agence, construction d'un brief créatif, élaboration d'une stratégie créative, d'une stratégie de communication)
- Transmettre la culture du service client
- Entraînement à la soutenance orale des projets
- Coaching de la valeur ajoutée personnelle

MÉTHODO

Les participants seront invités à travailler sur des études de cas en binôme afin de construire, pas à pas, une argumentation complète qui débouchera sur une soutenance inspirante et désirable.

Un grand oral clôturera ce module.

CONTENU

- Structure et enjeux du marché de la communication
- La relation agence/annonceur (pitches, gestion des budgets acquis, missions, contrats et rémunération des agences et des studios)
- Le travail en agence (la maîtrise des 3 temps: planification stratégique, le flow et les urgences absolues)
- Les méthodes des stratégies créatives (du brief client à la copy strat)
- La logique de raisonnement de la recommandation stratégique
- Les outils de la recommandation stratégique (benchmark, veille concurrentielle, stratégie de ciblage)
- Convaincre à l'oral et à l'écrit
- Les bases d'un écrit de synthèse
- Les bases d'un scénario de présentation