



STRATÉGIES CRÉATIVES

J'anime ce module auprès d'étudiants en spécialité Communication et Marketing Publicitaire en 3^{ème} et 4^{ème} année. Ce contenu d'introduction aux techniques créatives est adaptable à toute organisation qui souhaite favoriser l'émulation créative de ses équipes afin d'innover dans sa politique de communication.

Durée : 20 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, formations en intra pour les équipes engagées dans des processus de création sur leur plan de communication.

OBJECTIFS

- Apprendre à décoder un visuel.
- S'initier aux techniques de créativité.
- Maîtriser la notion de concept créatif.
- Premières pratiques de construction visuelle.
- Savoir concevoir ses propres visuels de com.
- Devenir autonome dans ses choix créatifs
- Approche de l'état d'esprit du Design Thinking.

ÉTUDIANTS

Vous maîtrisez la notion d'axe créatif de vos études de cas.
Vous maîtrisez l'exercice du brainstorming qui vous servira dans l'exercice de vos montages créatifs, vos soutenances en reco et vos partenariats stratégiques.

CONTENU

TEMPS 1

INTRO

- Le rôle d'un plan de communication aujourd'hui.
- Information et Communication.
- Les stratégies créatives.

LE LANGAGE VISUEL

- Concept et traduction créative.
- Grille de décodage descriptif et conceptuel.
- Le brief créatif.
- De l'idée du message au concept créatif.
- Le chemin de l'image.
- Le chemin des mots.
- Notions de Direction Artistique (mise en page, choix des couleurs, rapport texte-image).
- La puissance stratégique de la déclinaison.

MÉTHODO

Les participants auront l'opportunité de travailler sur leur propre problématique et bénéficieront de conseils personnalisés afin de produire leur visuel concept fondé sur leur propre stratégie de communication.

* Prise de brief préalable: Les modalités horaires seront adaptées à vos projets et besoins spécifiques.

ENTREPRISES /PORTEURS DE PROJET

Vous adoptez un regard de communicant sur votre politique globale de communication.
Vous développez une analyse critique plus poussée sur les rendus créatifs de vos agences.
Vous repartez avec un concept de communication à inscrire dans votre stratégie de com.
Vous savez créer des messages accrocheurs.

TEMPS 2

L'EXPÉRIENCE CLIENT

- Comprendre le profil motivationnel de vos communautés cibles.

PRATIQUER LA CRÉATIVITÉ

- Echauffement créatif.
- Premières pratiques de techniques de créativité.
- L'état d'esprit du brainstorming.
- Du brainstorming au braindrawing.
- Le jugement créatif.