

## LE PROCESSUS CRÉATIF

Du brief au concept : concevoir des dispositifs de communication efficaces

**2 jours** - 14 heures

Prix HT : **1 400 €**

Réf.: AS014

### Paris

5 au 6 décembre 2019  
9 au 10 avril 2020  
10 au 11 septembre 2020  
10 au 11 décembre 2020

### 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

### PUBLIC CONCERNÉ

Cette formation est accessible à tous.

### PRÉREQUIS

Aucun.

### COMPÉTENCES ACQUISES

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

### MOYENS TECHNIQUES

- 1 poste informatique (MAC ou PC) / apprenant
- Poste de l'intervenant relié à un vidéoprojecteur
- Matériel de dessin

### PROFIL DE L'INTERVENANT

Un DA et/ou un CR ayant plus de 10 ans d'expérience en enseignement.

### PROGRAMME

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

- Comprendre la notion de promesse
- Comprendre les notions de territoire de marque et de positionnement
- ...

#### → Étude de cas

#### Formuler un brief clair

- Cerner le public cible
- Analyser le contexte et la concurrence
- Déterminer les messages possibles en tenant compte de ces critères
- ...

#### → Étude de cas : analyse de briefs

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

#### Distinguer et développer les compétences du binôme CR / DA

- Chercher un concept, créer une accroche (slogan, baseline)
- Imaginer un concept visuel
- Comprendre les notions de clichés et de décalage
- ...

#### → 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

#### → Programme complet sur notre site

### PARCOURS PÉDAGOGIQUE

