

# Stratégie de communication

la communication par l'image et le texte

## Public

Toute personne issue du service marketing ou de la communication (directeur marketing, chargée de communication, chef de pub, directeur de création, directeur artistique, concepteur-rédacteur...)

## Pré-requis

sens artistique, curiosité naturelle, culture générale, culture publicitaire

## Durée :

2 ou 3 jours

## Objectifs

comprendre et intégrer les composantes de la communication par l'image et par le texte au travers des 3 niveaux d'analyse d'un visuel.

## Méthode

Apports théoriques.  
Illustrations pratiques.  
Expérimentations.

## Programme

### ANALYSE MORPHOLOGIQUE

Sens de lecture - couleur (approches théoriques et symboliques) - cadrages - volumes et perspectives  
choix typographiques - symboliques des nombres  
symboliques des matériaux...

### ANALYSE PSYCHO-SOCIOLOGIQUE

PNL (programmation neuro-linguistique) :  
analyse transactionnelle, fonction du langage,  
niveau du langage  
Rapport entre le texte et l'image : redondance,  
ancrage, décalage

### ANALYSE MARKETING

Analyse des composantes de l'identité visuelle  
et de la charte graphique  
Analyse des critères d'évaluation de l'efficacité d'un logo.

**ECOLE EN  
COMMUNICATION  
GRAPHIQUE**  
32, rue Helbronner  
93400 Saint-Ouen  
01 40 11 99 02

# Stratégie de communication

comment évaluer la réussite d'une communication

## Public

Toute personne issue du service marketing ou de la communication (directeur marketing, chargée de communication, chef de pub, directeur de création, directeur artistique, concepteur-rédacteur...)

## Pré-requis

sens artistique, curiosité naturelle, culture générale, culture publicitaire

## Durée :

2 ou 3 jours

## Objectifs

comprendre et intégrer les composantes de la communication par l'image et le texte au travers des 3 niveaux d'analyse d'un visuel.

## Méthode

Apports théoriques.  
Illustrations pratiques.  
Expérimentations.  
Analyses sectorielles.

## Programme

### ANALYSE DES MÉTHODES D'ÉVALUATION DE LA CRÉATION

- 1) les pré-tests : folder tests, système AMO, tachitoscope
- 2) les post-tests : LTM, splitrun, téléresearch

### ANALYSE DES MODÈLES DE CRÉATION

Les modèles de création utilisés par les grandes agences : parti pris HAVAS, fidélisation EQUATEUR, disruption TBWA, start stratégie RSCG, colimaçon LEO BURNETT, stratégie essentielle FCA...

### RÉALISATION D'OUTILS DE COMMUNICATION

Marketing direct et média.

**ECOLE EN  
COMMUNICATION  
GRAPHIQUE**  
32, rue Helbronner  
93400 Saint-Ouen  
01 40 11 99 02