

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

Coût ht / h :

70,00 euros

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 naturel, culture générale, culture publicitaire

Durée :

2 ou 3 jours

Coût ht / h :

70,00 euros

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