

Stage pratique de 2 jour(s)

Réf : PIM

Participants

Responsables et chargés de communication ou marketing, chefs de produit, chefs de projet et toute personne impliquée dans la mise en œuvre d'une stratégie de communication par l'image.

Pré-requis

Connaissances de base en marketing et communication.

Prix 2021 : 1460€ HT

Dates des sessions

CLASSE A DISTANCE

01 juil. 2021, 30 sep. 2021

Modalités d'évaluation

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices à réaliser (50 à 70% du temps).

Compétences du formateur

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

Moyens pédagogiques et techniques

• Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.

• A l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.

Maîtriser le marketing par l'image

L'utilisation croissante de visuels et d'images pour communiquer installe un nouveau mode d'expression par l'image. Cette formation vous permettra de comprendre les leviers de l'image et d'en connaître les usages, les règles et les bonnes pratiques.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Comprendre les atouts de l'image pour impacter ses messages
Connaître les usages et les bonnes pratiques
Optimiser ses images et visuels dans sa communication
Maîtriser la réglementation autour de l'utilisation des images et des droits d'auteur

1) Comprendre l'évolution des visuels dans la communication

2) Parler en images

3) Optimiser la qualité de ses photos

4) Respecter les droits d'utilisation et de partage des images

5) Mesurer la performance du marketing par l'image

Travaux pratiques

Apports théoriques, échanges, réflexions collectives et retours d'expérience. Etudes de cas et exercices pratiques..

1) Comprendre l'évolution des visuels dans la communication

- L'importance des visuels dans la société et la communication : du "selfie" à la communication de marque...
- Les réseaux sociaux, royaume de l'image : Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram, Tumblr...
- L'intérêt du Picture Marketing.
- L'utilisation des images dans les autres supports de communication.
- Tous photographes : les pratiques avec les smartphone et applications.

Exercice

Mind-mapping : la perception de l'image, pilier de la stratégie de communication.

2) Parler en images

- Associer un mot à une image, un double effet : sens et attractivité.
- Faciliter la mémorisation des messages en images.
- Maîtriser le rapport texte-image.
- Développer ses idées en images.
- Faire parler les chiffres : l'impact des infographies.
- Jouer les effets du concept : PowerPoint, Pecha Kucha.
- Que dire avec les émoticônes : la place de l'émotion.
- Adopter une posture créative pour s'exprimer : association, analogie.

Etude de cas

Définir les traitements par l'image en utilisant les techniques de création.

3) Optimiser la qualité de ses photos

- Quelles images pour quelle communication ?
- Identifier et sélectionner les images par leur symbolique : couleur, visuel...
- Choisir les bons formats et résolutions selon les supports.
- Travailler son cadrage.
- Connaître les spécificités des visuels sur Internet.
- Savoir retoucher ses visuels.
- Utiliser des filtres.
- Viser la cohérence de la charte graphique.

Exercice

Adopter un regard expert pour optimiser des visuels.

4) Respecter les droits d'utilisation et de partage des images

- Comprendre la législation sur le droit d'auteur : création des images, retouche, utilisation, partage...
- Connaître les spécificités des utilisations de visuels sur Internet.
- Panorama des banques d'images et explications sur leur fonctionnement.

Exercice

Etablir en sous-groupe une check-list sur les vérifications à effectuer avant d'utiliser une image.

5) Mesurer la performance du marketing par l'image

- Mettre en place des outils d'évaluation.
- Définir les indicateurs de son "Picture Marketing".

• Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

- Mesurer et adapter sa stratégie selon les objectifs définis.

Réflexion collective

La problématique du ROI versus ROA .