

Opleiding : Imagomarketing onder de knie krijgen

Praktijkcursus - 2d - 14u00 - Ref. PIM

Prijs : 1360 € V.B.



4,8 / 5

Het toenemende gebruik van visuals en beelden om te communiceren creëert een nieuwe manier om onszelf uit te drukken via beelden. Deze training helpt je de hefboomen van beeld te begrijpen en vertrouwd te raken met het gebruik, de regels en goede praktijken.



Pedagogische doelstellingen

Aan het einde van de training is de deelnemer in staat om:

- ✓ Inzicht in de kracht van beeld om boodschappen te beïnvloeden
- ✓ De toepassingen en best practices in fotomarketing kennen
- ✓ Afbeeldingen en visuals in uw communicatie optimaliseren
- ✓ De regelgeving met betrekking tot het gebruik van afbeeldingen en auteursrechten begrijpen

Doelgroep

Communicatie- en marketingmanagers, productmanagers, projectmanagers en iedereen die betrokken is bij het implementeren van een op beeld gebaseerde communicatiestrategie.

Voorafgaande vereisten

Basiskennis van marketing en communicatie.

Praktische modaliteiten

Praktisch werk

Theoretische input, discussie, groepsreflectie en feedback. Casestudies en praktische oefeningen.

Opleidingsprogramma

DEELNEMERS

Communicatie- en marketingmanagers, productmanagers, projectmanagers en iedereen die betrokken is bij het implementeren van een op beeld gebaseerde communicatiestrategie.

VOORAFGAANDE VEREISTEN

Basiskennis van marketing en communicatie.

VAARDIGHEDEN VAN DE CURSUSLEIDER

De deskundigen die de cursus leiden zijn specialisten op het betreffende vakgebied. Zij werden geselecteerd door onze pedagogische teams zowel om hun vakkennis als hun pedagogische vaardigheden voor elke cursus die zij geven. Zij hebben minstens vijf tot tien jaar ervaring in hun vakgebied en oefenen of oefenden verantwoordelijke bedrijfsfuncties uit.

BEOORDELINGSMODALITEITEN

De cursusleider beoordeelt de pedagogische vooruitgang van de deelnemer gedurende de gehele cursus aan de hand van meerkeuzevragen, praktijksituaties, praktische opdrachten, ... De deelnemer legt ook van tevoren en naderhand een test af ter bevestiging van de verworven kennis.

1 De evolutie van visuals in communicatie begrijpen

- Het belang van visuals in de samenleving en communicatie: van de "selfie" tot merkcommunicatie...
- Sociale netwerken, het rijk van afbeeldingen: Facebook, X (voorheen Twitter), Pinterest, Instagram, Tumblr...
- De voordelen van Picture Marketing.
- Het gebruik van afbeeldingen in andere communicatiemediën.
- Alle foto's: smartphones en applicaties gebruiken.

Oefening

Mindmapping: beeldperceptie, de hoeksteen van communicatiestrategie.

2 Praten in beelden

- Een woord associëren met een beeld heeft een dubbel effect: het is logisch en aantrekkelijk.
- Maak het gemakkelijker om berichten in afbeeldingen te onthouden.
- De relatie tussen tekst en beeld onder de knie krijgen.
- Werk je ideeën uit in beelden.
- De cijfers laten spreken: de impact van infographics.
- Spelen op de effecten van het concept: PowerPoint, Pecha Kucha.
- Wat te zeggen met emoticons: de plaats van emotie.
- Een creatieve houding aannemen om jezelf uit te drukken: associatie, analogie.

Casestudy

Beeldverwerking definiëren met behulp van creatieve technieken.

3 De kwaliteit van je foto's optimaliseren

- Welke beelden voor welke communicatie?
- Afbeeldingen herkennen en selecteren op basis van hun symboliek: kleur, visueel, enz.
- De juiste formaten en resoluties kiezen voor verschillende media.
- Werk aan het frame.
- Bekend zijn met de specifieke kenmerken van visuals op het internet.
- Visuals bijwerken.
- Gebruik filters.
- Streef naar consistentie in het grafisch charter.

Oefening

Gebruik een deskundig oog om visuals te optimaliseren.

4 Respecteer de rechten om afbeeldingen te gebruiken en te delen

- De wetgeving rond auteursrecht begrijpen: afbeeldingen maken, retoucheren, gebruiken, delen, enz.
- Bekend zijn met het specifieke gebruik van visuals op het internet.
- Een overzicht van beeldbanken en hoe ze werken.

Oefening

Stel in subgroepen een checklist op van dingen die je moet controleren voordat je een afbeelding gebruikt.

PEDAGOGISCHE EN TECHNISCHE MIDDELEN

- De gebruikte pedagogische middelen en cursusmethoden zijn voornamelijk: audiovisuele hulpmiddelen, documentatie en cursusmateriaal, praktische oefeningen en correcties van de oefeningen voor praktijkstages, casestudies of reële voorbeelden voor de seminars.
- Na afloop van de stages of seminars verstrekt ORSYS de deelnemers een evaluatievragenlijst over de cursus die vervolgens door onze pedagogische teams wordt geanalyseerd.
- Na afloop van de cursus wordt een presentielijst per halve dag verstrekt, evenals een verklaring van de afronding van de cursus indien de stagiair alle sessies heeft bijgewoond.

TOEGANGSMODALITEITEN EN TERMIJNEN

De inschrijving dient 24 uur voor aanvang van de cursus plaatsgevonden te hebben.

TOEGANKELIJKHEID VOOR MINDERVALIDEN

Is voor u speciale toegankelijkheid vereist? Neem contact op met mevr. FOSSE, contactpersoon voor mindervaliden, via het adres psh-accueil@ORSYS.fr om uw verzoek en de haalbaarheid daarvan zo goed mogelijk te bestuderen.

5 De prestaties van imagomarketing meten

- Beoordelingsinstrumenten instellen.
- Geluidsindicatoren definiëren "Beeldmarketing".
- Het meten en aanpassen van je strategie in lijn met je doelstellingen.

Groepsdiscussie

ROI versus ROA.

Data en plaats

KLAS OP AFSTAND

2026: 15 juni, 29 okt.

PARIS LA DÉFENSE

2026: 15 juni, 29 okt.