

FAIRE LE BON CHOIX CRÉATIF : COMPRENDRE, ÉVALUER ET DÉCIDER FACE AUX PROPOSITIONS DES AGENCES

Inscription par mail et réponse sous 72h (jours ouvrés). La formation est également organisable sur-mesure. Pour toute situation de handicap, nous contacter pour envisager la faisabilité.

Réservation, contact et informations : formation@leclubdesannonceurs.com // Catherine Saint Loubert – T : 06 60 37 15 62

Introduction

Cette formation porte sur les enjeux d'évaluation de la créativité publicitaire, elle répond aux préoccupations de compréhension, d'évaluation et de prise de décision des professionnels de la communication et du marketing publicitaire désirant acquérir des connaissances et développer une approche plus structurée dans l'évaluation des créations publicitaires.

Présentation des stagiaires, questionnaire de positionnement, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour cerner leur niveau de compréhension des processus d'évaluation, une création..

Module 1 : Préparer un terrain propice à l'expression de la créativité

- 1.1 Poser les bases d'une collaboration efficace
- 1.2 Développer une lecture stratégique des propositions créatives
- 1.3 Optimiser les fondamentaux du brief initial
- 1.4 Savoir affiner sa prise de décision

Module 2 – Évaluer la pertinence d'une campagne publicitaire

- 2.1 Décoder les spécificités créatives en fonction des différents médias
- 2.2 Identifier les différents marqueurs et ressorts de la créativité
- 2.3 Développer une grille de lecture pour juger la qualité et pertinence des propositions

Module 3 – Objectiver son choix

- 3.1 Savoir aligner l'ambition, les moyens et l'objectif
- 3.2 Maîtriser des méthodes structurées pour analyser une stratégie et un concept créatif
- 3.3 Comprendre & reconnaître les piliers de la créativité

Module 4 – Collaborer efficacement avec son agence

- 4.1 Construire un argumentaire solide pour valider ou challenger une proposition créative.
- 4.2 Savoir surmonter les points de blocage & optimiser efficacement la collaboration avec l'agence
- 4.3 Faciliter la prise de décision en interne en maîtrisant les leviers de persuasion et de justification stratégique.

Conclusion

Évaluation individuelle des acquis, quiz de validation de l'atteinte des objectifs.

INTER ENTREPRISE

Participants

Formation collective en inter-entreprise

Tarifs :

Pour les adhérents au Club :
À partir de 850€ HT/ jour pour 1 stagiaire. Conditionné à la participation de 10 stagiaires par journée.

Pour les non adhérents : À partir de 900€ HT/ jour pour 1 stagiaire.
Conditionné à la participation de 10 stagiaires par journée. Un devis sera établi sur demande.

Durée

Une journée 8H en inter entreprise présentiel

Lieu

Dans Paris – A confirmer une fois le quota de 10 stagiaires atteint.

Moyens mobilisés

Présentation et support de formation projeté avec audio. Ordinateur individuel et connexion wifi.



Intervenante

Laurence Armangau Consultante en stratégie de communication, Ex Directrice Communication & Marketing

25 ans d'expérience à l'intersection du journalisme, de la communication publicitaire et du leadership. Laurence a débuté sa carrière en tant que Rédactrice en chef adjointe aux cotés de Christian Blachas CBNews, chroniqueuse sur BFM et a rejoint les Directions Communication de grands groupes publicitaires, McCann, Publicis Worldgroup, Saatchi&Saatchi et du groupe scolaire Omnes Education. Dernièrement elle fonde son cabinet LA. Practice, conseil spécialisé en relational intelligence et accompagnement en stratégie de communication..

Objectifs

- Comprendre les processus de développement créatif pour améliorer la collaboration et orienter les propositions.
- Savoir reconnaître la pertinence d'une idée en fonction des objectifs
- Savoir objectiver ses choix créatifs en maîtrisant des grilles d'évaluation et méthodologies rigoureuses
- Produire ses propres outils essentiels à l'évaluation de campagnes et argumentaires de justification stratégique.

Public visé

- Cette formation s'adresse aux professionnels de la communication et marketing publicitaire,
- à tout professionnel en relation avec des partenaires agences créatives souhaitant acquérir les connaissances sur la compréhension, l'évaluation et le processus pertinent de prise de décision dans les validations de créations publicitaires et de campagnes de communication.
- Aucun prérequis nécessaire.

Méthode

L'approche immersive combinant théorie, analyse de cas et ateliers pratiques assure une montée en compétences alignée avec les enjeux de la marque. La formation priviliege l'interactivité ou la réflexion et l'échange sont conjugués avec des mises en pratique, ateliers, quiz, et méthodologies. Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis.

FAIRE LE BON CHOIX CRÉATIF : COMPRENDRE, ÉVALUER ET DÉCIDER FACE AUX PROPOSITIONS DES AGENCES

Inscription par mail et réponse sous 72h (jours ouvrés). La formation est également organisable sur-mesure. Pour toute situation de handicap, nous contacter pour envisager la faisabilité.

Réservation, contact et informations : formation@leclubdesannonceurs.com // Catherine Saint Loubert – T : 06 60 37 15 62

Introduction

Cette formation porte sur les enjeux d'évaluation de la créativité publicitaire, elle répond aux préoccupations de compréhension, d'évaluation et de prise de décision des professionnels de la communication et du marketing publicitaire désirant acquérir des connaissances et développer une approche plus structurée dans l'évaluation des créations publicitaires.

Présentation des stagiaires, questionnaire de positionnement, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour cerner leur niveau de compréhension des processus d'évaluation, une création..

Module 1 : Préparer un terrain propice à l'expression de la créativité

- 1.1 Poser les bases d'une collaboration efficace
- 1.2 Développer une lecture stratégique des propositions créatives
- 1.3 Optimiser les fondamentaux du brief initial
- 1.4 Savoir affiner sa prise de décision

Module 2 – Évaluer la pertinence d'une campagne publicitaire

- 2.1 Décoder les spécificités créatives en fonction des différents médias
- 2.2 Identifier les différents marqueurs et ressorts de la créativité
- 2.3 Développer une grille de lecture pour juger la qualité et pertinence des propositions

Module 3 – Objectiver son choix

- 3.1 Savoir aligner l'ambition, les moyens et l'objectif
- 3.2 Maîtriser des méthodes structurées pour analyser une stratégie et un concept créatif
- 3.3 Comprendre & reconnaître les piliers de la créativité

Module 4 – Collaborer efficacement avec son agence

- 4.1 Construire un argumentaire solide pour valider ou challenger une proposition créative.
- 4.2 Savoir surmonter les points de blocage & optimiser efficacement la collaboration avec l'agence
- 4.3 Faciliter la prise de décision en interne en maîtrisant les leviers de persuasion et de justification stratégique.

Conclusion

Évaluation individuelle des acquis, quiz de validation de l'atteinte des objectifs.

INTRA ENTREPRISE

Participants

Formation individuelle ou collective en intra-entreprise

Tarifs :

-Pour les adhérents au Club :
À partir de 3800€ HT/ jour pour 6 stagiaires. +350 € H.T. par personne supp. – Max 8 stagiaires par journée.

-Pour les non adhérents :
À partir de 4000€ HT/ jour pour 6 stagiaires. +400 € H.T. par personne supp. – Max 8 stagiaires par journée.
Un devis sera établi sur demande.

Durée

Une journée 8H en intra entreprise ou classe virtuelle

Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

Moyens mobilisés

Présentation et support de formation projeté avec audio. Ordinateur individuel et connexion wifi.



Intervenante

Laurence Armangau Consultante en stratégie de communication, Ex Directrice Communication & Marketing

25 ans d'expérience à l'intersection du journalisme, de la communication publicitaire et du leadership. Laurence a débuté sa carrière en tant que Rédactrice en chef adjointe aux cotés de Christian Blachas CBNews, chroniqueuse sur BFM et a rejoint les Directions Communication de grands groupes publicitaires, McCann, Publicis Worldgroup, Saatchi&Saatchi. et du groupe scolaire Omnes Education. Dernièrement elle fonde son cabinet LA. Practice, conseil spécialisé en relational intelligence et accompagnement en stratégie de communication..

Objectifs

- Comprendre les processus de développement créatif pour améliorer la collaboration et orienter les propositions.
- Savoir reconnaître la pertinence d'une idée en fonction des objectifs
- Savoir objectiver ses choix créatifs en maîtrisant des grilles d'évaluation et méthodologies rigoureuses
- Produire ses propres outils essentiels à l'évaluation de campagnes et argumentaires de justification stratégique.

Public visé

- Cette formation s'adresse aux professionnels de la communication et marketing publicitaire,
- à tout professionnel en relation avec des partenaires agences créatives souhaitant acquérir les connaissances sur la compréhension, l'évaluation et le processus pertinent de prise de décision dans les validations de créations publicitaires et de campagnes de communication.
- Aucun prérequis nécessaire.

Méthode

L'approche immersive combinant théorie, analyse de cas et ateliers pratiques assure une montée en compétences alignée avec les enjeux de la marque. La formation priviliege l'interactivité ou la réflexion et l'échange sont conjugués avec des mises en pratique, ateliers, quiz, et méthodologies. Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis.