



Le Design graphique

Le brief créatif

1 jour (7h00) | ★★★★★ 4,6/5 | COMV-BRF | Évaluation qualitative de fin de stage |
Formation délivrée en présentiel ou distanciel ⁽¹⁾

Formations Digital & Multimédia › Les essentiels du print et de la créa digitale › Le Design graphique

Document mis à jour le 26/09/2022

À l'issue de ce stage vous serez capable de :

- Décrire les étapes nécessaires à la rédaction d'un brief créatif clair et structuré pour optimiser la relation client-agence.

Niveau requis

Aucun.

Public concerné

Annonceurs, agences et toute personne amenée à rédiger un brief créatif ou média.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômés et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence élargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

(1) Modalité et moyens pédagogique :

Formation délivrée en présentiel ou distanciel * (e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance). Le formateur alterne entre méthodes ** démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation). La validation des acquis peut se faire via des études de cas, des quiz et/ou une certification.

Les moyens pédagogiques mis en oeuvre (variables suivant les formations) sont : ordinateurs Mac ou PC (sauf pour les cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel). Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne. Supports de cours et exercices.

* Nous consulter pour la faisabilité en distanciel. ** Ratio variable selon le cours suivi.

Programme

Présentation

Du brief de l'annonceur au brief de l'agence

- Les relations entre agences et annonceurs
- Les étapes à mettre en place entre l'annonceur et l'agence
- Les règles pour bien briefer l'agence

Atelier de travail

- Les questions à se poser lors de la rédaction du brief
- La rédaction du brief de communication
- La réflexion stratégique effectuée par l'agence lors de la rédaction du brief de création (illustration d'exemples publicitaires)

L'élaboration de briefs média réussis

- Les éléments clés d'un brief média par l'agence
- L'utilité d'une approche normée
- Présentation de check-list
- Les process pour briefer une agence média
- Illustration par des exemples

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

- En cours de formation, par des productions
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation ou une certification (M2i ou éditeur)