



Prérequis

Avoir une pré-connaissance du web et du pack Office, à minima

La pré-connaissance de l'illustrator et/ou Photoshop est un plus

Public

Toutes les personnes désireuses d'avoir les bases pour créer une plaquette commerciale

Objectifs

Apprendre à faire une plaquette commerciale

Pédagogie

Approche participative qui s'appuie sur une mise en situation par des exercices adaptés avec brainstorming

Appropriation d'un modèle de travail en équipe

Construction commune des moyens applicables aux besoins de chacun

Validation

Evaluation des compétences par QCM ou formulaire en ligne

Attestation de formation

AFEST

VISIO



N° déclaration
22 600 288 660

Plaquette commerciale Web et Print

2 jours – 14 heures

Enjeux des documentations marketing, Print web et Digital

- Servir les objectifs marketings et commerciaux : ventes, image, conquête, différenciation, fidélisation
- Servir la stratégie marketing : orientation client ou produit, positionnement de la marque, cibles

Renforcer l'attrait des documentations Print

- Le support papier : qualités spécifiques, précautions d'emploi, relation avec l'imprimeur
- Les différents modes de lecture : cas du mailing et du catalogue
- Le catalogue produit : chemin de fer, parti pris éditorial, iconographique et rédactionnel, mise en page
- Brochure commerciale et plaquette publicitaire : trouver le juste équilibre entre image institutionnelle et vente des produits
- Le « Picture-Marketing »
- Choix des visuels, témoignage et citations : le cadre réglementaire

Renforcer l'attrait des documentations Web et Digital

- Évolution vers la digitalisation des supports : cas tablettes des écrans
- Attitudes et usages des lecteurs, mode de lecture des internautes
- Développer un style rédactionnel adapté aux spécificités du web et des tablettes
- E-catalogue, e-brochure, e-plaquette : les particularités
- Enrichir le contenu par les visuels et effets spéciaux : animation, son, vidéo

Optimiser l'impact des mots et des images en Print, web et digital

- Argumenter en « bénéfices clients »
- Choix des messages : arbitrer entre différenciation concurrentielle et importante pour le client