



# Formation Picture marketing : stratégie de l'image et du multimédia

## Public concerné et pré-requis

- Professionnels du tourisme, chargés de communication ou community manager
- Pré-requis : connaître les principaux réseaux sociaux en tant qu'utilisateur, avoir accès à la stratégie touristique de sa structure

## Nombre de stagiaires par session :

- De 8 à 16 en inter-entreprises
- De 1 à 8 en intra

## Lieu de la formation :

- Chez le client
- ou dans les locaux de Web Créatif : salle de formation de 30m<sup>2</sup> (8 places maximum) équipée de tableau blanc, internet en filaire et vidéo-projecteur

## Admission

- Entretien téléphonique
- Nécessité d'emporter un ordinateur pour les séquences pratiques

## Modalités d'encadrement et d'évaluation :

- Feuille d'émargement
- Attestation de formation
- Une évaluation écrite
- Quizz/QCM et commentaire libre.

“ L'image et la vidéo sont les 2 grands médias de 2016 : les nouveaux sites, les réseaux sociaux et le monde du collaboratif leur ouvrent une voie royale. Pourtant l'image est complexe et son utilisation doit faire l'objet d'une connaissance sémiologique et d'une réflexion stratégique.

## Objectifs pédagogiques

- ⊙ Définir le potentiel viral d'une image, notamment sur les réseaux sociaux.
- ⊙ Savoir comment retravailler une image en fonction de son utilisation finale.
- ⊙ Découverte des technologies et tendances en matière de présentation des images sur les outils numériques.
- ⊙ Initiation au storytelling pour promouvoir ma destination.

 **Durée**  
2 jours, soit 14h

 **Tarifs**  
Inter : à partir de  
1100€ HT

## Programme général

### Jour 1 matin (9h00-12h30)

#### Introduction

- ⊙ Définition du Picture Marketing.
- ⊙ L'importance des visuels dans la société et la communication : du selfie à la communication de marque.

#### La création du message

- ⊙ Effectuer un état des lieux avec la méthode SWOT.
- ⊙ La problématique de communication.
- ⊙ Les solutions à apporter.
- ⊙ Choisir son angle d'attaque avec la méthode SONCAS.
- ⊙ La définition du message : 4 caractères à prendre en compte.

### Après-midi (14h00-17h30)

#### 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.

#### La sémiologie de l'image

- ⊙ Prendre en compte les sens donnés au langage et aux images.
- ⊙ Définition de la sémiologie.
- ⊙ Les 3 constituants du signe.
- ⊙ Les comportements de lecture.



## Méthodes pédagogiques :

- L'intervenante alternera découverte des concepts, explications pédagogiques et exercices d'application.
- Les exercices permettront à chaque participant d'interroger sa stratégie globale et digitale
- La formation sera ponctuée de conseils en communication et d'astuces de conception

## Les formateurs



### Sabrina Échappé,

#### Responsable Pédagogique

Créatrice et gérante de Web Créatif, elle est consultante formatrice dans les domaines de la communication visuelle et du web.

## C'est quoi une belle image ?

- ⊙ Communiquer de manière cohérente : quels éléments prendre en compte ?
- ⊙ Symbolique et harmonie des couleurs.
- ⊙ Présentation d'outils pour des visuels lisibles : palette et contraste WCAG.
- ⊙ Choisir des formes et polices harmonieuses avec le message.
- ⊙ Analyse technique du visuel : la méthode FACILE.

## Jour 2 matin (9h00-12h30)

### Stratégie et Picture Marketing

- ⊙ Savoir retoucher ses visuels : quels logiciels choisir à partir du triangle « temps, budget, qualité » ?
- ⊙ Choisir les bons formats et résolutions selon les supports.
- ⊙ Quelles images pour quelle communication ? Quelle est la stratégie ?

## Après-midi (14h00-17h30)

### Photos et réseaux sociaux : l'idylle

- ⊙ Comment améliorer l'engagement sur Facebook ? La force du visuel...
- ⊙ État des lieux des principaux réseaux d'image.
- ⊙ Les éléments de popularité : que faut-il publier et quand ?
- ⊙ Découvrir les recettes de l'interaction Facebook.
- ⊙ Exemples de bonnes pratiques
- ⊙ Instagram : focus sur les tendances

### Étape suivante : découverte du storytelling

- ⊙ Définition du storytelling.
- ⊙ La recette d'une histoire réussie.
- ⊙ Premières esquisses : création d'un persona.