

## CATALOGUE DE FORMATIONS ET D'INTERVENTIONS SCOLAIRES

METHODOLOGIE THEORIQUE  
+ STRATEGIE DE COMMUNICATION  
+ STRATEGIE DE CREATION

APPROCHES PRATIQUES  
+ INFOGRAPHIE ET DEVELOPPEMENT WEB  
+ GESTION DE PROJET

PRESENTATION DE L'INTERVENANT  
+ PARCOURS  
+ FORMATION  
+ REFERENCES  
+ CONTACT

# 1. METHODOLOGIE THEORIQUE

## 1.1 STRATEGIE DE COMMUNICATION

---

### **Concevoir la stratégie de communication**

- + Passer de la stratégie de l'entreprise à sa stratégie de communication
- + Définir les objectifs opérationnels et les cibles

---

### **Maîtriser les différentes étapes d'un audit de communication**

- + Analyser le contexte concurrentiel, socio économique et culturel
- + Evaluer l'image réelle et perçue de votre entreprise
- + Diagnostiquer les forces et faiblesses de la communication actuelle
- + Faire accepter et partager la stratégie de communication par l'entreprise
- + Choisir les actions à mettre en œuvre en fonction des objectifs attendus
- + Assurer une cohérence de l'ensemble des actions

---

### **Adapter les actions de communication aux évolutions du contexte**

- + Anticiper les crises par la mise en place d'indicateurs et d'outils de réaction
- + Mettre en place les bases d'une communication interne efficace
- + Mesurer les résultats des actions de communication
- + Faire évoluer les objectifs et les actions de communication

## 1.2 STRATEGIE DE CREATION

---

### **La lecture d'un visuel créatif**

- + L'analyse morphologique et les sens de lecture
- + L'analyse psychologique (PNL, fonctions et niveaux de langage, rapport texte / image)
- + L'analyse marketing (produits, marque, stratégie de communication, stratégie marketing)

---

### **Packaging, merchandising et promotion marketing**

- + Le packaging dans le mix produit
- + Fonctions et tendances du packaging
- + Les conditions de réussite de la promotion produit
- + Echantillonnage, co-branding, trade marketing, promotion éthique et environnementale
- + La communication point de vente, promotion sur lieu de vente, tête de gondole
- + Mass media
- + Marketing direct et relationnel (B2B et B2C)

---

### **Procédés créatifs de Joannis**

- + Bisection symbolisante
- + Hyperbolisation
- + Personnalisation signifiante
- + Référence inattendue
- + Contre pied
- + Réserve spectaculaire
- + Transfiguration qualitative
- + Contre courant
- + Teasing and reveal
- + Substitution
- + Identité, métaphore, ellipse et répétition...

---

### **Focus sur les grandes approches créatives d'agence**

- + Star Stratégie ( Euro RSCG)
- + Plan de travail créatif (Young & Rubicam)
- + Disruption (BBDO) et Stratégie paradoxale ( BBDO)

## 2. APPROCHES PRATIQUES

### 2.1 INFOGRAPHIE ET DEVELOPPEMENT WEB

---

#### Photoshop

**> Programme d'initiation :**

- + Rappel sur les images numériques
- + Les modes colorimétriques : gestions des couleurs
- + Présentation et personnalisation des outils
- + Traitement numérique, retouche, recadrage, dimension et taille d'une image
- + Travaux photographiques
- + Formats d'enregistrement

**> Programme de perfectionnement :**

- + Paramétrages
  - + Retouches avancées
  - + Photoshop et les autres logiciels
  - + Le multimédia et Internet
- 

#### Illustrator

**> Programme d'initiation :**

- + Présentation de l'environnement de travail
- + Manipulation des outils de traçage
- + Outils de transformation de tracé
- + Manipulation de texte (ajout et modification)
- + Outils complémentaires du logiciel
- + Impression des illustrations et paramétrage de l'impression

**> Programme de perfectionnement :**

- + Le pathfinder
  - + Maniement avancé des outils vectoriels
  - + Modifications avancées
  - + Passerelles pixel/vectoriel
  - + Fonctions avancées : masques et transparence
  - + Effets 3D
- 

#### Indesign

**> Programme d'initiation :**

- + Indesign et la chaîne graphique
- + Le travail sur les objets
- + Le bloc texte
- + Le bloc image
- + Travailler le texte
- + Mise en page avec page type
- + Préparation à l'impression
- + Export

**> Programme de perfectionnement :**

- + Typographie et mise en page
- + Amélioration typographique
- + Travail avec une grille modulaire
- + Indesign pour l'éditeur
- + Perfectionnement sur les outils
- + Préparation à l'impression

---

## Flash

### > Programme d'initiation :

- + Réaliser une animation
- + Programmer avec les bases d'ActionScript
- + Travailler avec les autres logiciels
- + Importer des films et gérer le streaming
- + Publier et tester

---

## Développement web

### Programme d'initiation :

- + Vision globale des langages de programmation web
- + Initiation aux différents formats d'encodage (utf-8, utf-16)
- + Découverte des balises basiques du html
- + Création de liens, importation d'images
- + Découverte du mode de programmation css absolute
- + Création de tableaux, de listes et d'un plan de site
- + Gestion d'un serveur FTP

### Programme de perfectionnement :

- Maîtriser les contraintes de programmation complexes pour obtenir un site souple et adaptable
- + Découverte des balises avancées du html
- + Techniques de développement avec les div flottantes
- + Mise en place de fils rss
- + Installation, configuration et administration d'un blog
- + Développement adapté aux personnes malvoyantes
- + Intégration d'éléments flash dans la page
- + Création de galeries en javascript

## 2.2 GESTION DE PROJET

---

### Benchmarking

#### > Objectif :

- + Anticiper les évolutions d'environnement dans un secteur par l'observation d'autres secteurs
- + Fournir des pistes de solutions par analogie avec celles retenues par d'autres entreprises
- + Fixer des objectifs ambitieux et réalistes par référence à ceux atteints par des entreprises leaders
- + Mettre en évidence les meilleures pratiques des leaders
- + Contribuer à la conduite du changement en faisant évoluer l'état d'esprit traditionnel

#### > Méthodologie :

- + Identifier les processus clés
  - + Choisir des indicateurs
  - + Sélectionner un référentiel de performance
  - + Recueillir les informations sur les pratiques
  - + Analyser les données et mettre en évidence les écarts
  - + Adapter et mettre en œuvre les meilleures pratiques
- 

### Construire une proposition

#### > Objectif :

Réaliser une proposition efficace de la définition du contexte jusqu'au budget final d'intervention

#### > Méthodologie

- + Description du contexte
  - + Problématique posée
  - + Finalités et objectifs de l'intervention
  - + Approche proposée
  - + Déroulement et planning
  - + Modalités pratiques et contrôle du déroulement
  - + Désignation de l'équipe
  - + Budget d'intervention
  - + Schéma récapitulatif
- 

### Elaborer un planning

#### > Objectif :

Mettre en évidence les délais et variables clés du projet

#### > Méthodologie

- + Déterminer et structurer la liste des tâches à réaliser
  - + Estimer les durées propres à chaque tâche
  - + Finalités et objectifs de l'intervention
  - + Etablir l'ordre logique
  - + Construire un diagramme de Gantt
- 

### Construire un budget

#### > Objectif :

- + Connaître les différentes approches pour l'établissement d'un budget
- + S'assurer de la rentabilité économique du projet
- + Limiter les risques de sous-évaluation du temps à consacrer au budget

#### > Méthodologie :

- + Approche mécanique : à partir du temps passé et du taux de facturation
- + Approche analogique : par référence à des missions similaires
- + Approche concurrentielle : par référence aux offres des concurrents
- + Approche par enveloppe budgétaire du client : à partir de l'estimation de l'enveloppe budgétaire

### 3. PRESENTATION DE L'INTERVENANT

#### 3.1 PARCOURS

---

**Directeur d'agence de communication : ègue**

- + Direction stratégique pour les grands comptes (Suez, Danone, Procter & Gamble, BNP...)
- + Management et gestion administrative

---

**Responsable de la de la communication d'une PME internationale : Buying Pack**

- + Conduite des projet d'identité corporate et du déploiement de la communication à l'international
- + Conception et mise en place d'outil de pilotage PMI et d'une politique RSE

---

**Chargé de clientèle : MPG Groupe Havas Euro RSCG**

- + Analyse des investissements publicitaires et des audiences plurimedia (Canal, Prada et Lactalis)
- + Elaboration de plans media pour des lancements produits (Prada et Lacatalis 1 500K€)

---

**Chargé de clientèle : Agence Carré Basset**

- + Gestion de projet pour grands comptes luxe (Lancôme, Cacharel et Armani 410K€)
- + Mise en place d'outils de gestion de projet et de suivi budgétaire

#### 3.2 FORMATION

---

**Cycle de spécialisation sur les techniques d'anticipation de la crise à l'ENA**

---

**Master II Communication d'entreprise et d'influences à l'Institut des Médias Groupe IGS**

---

**1er cycle de Licence de Droit spécialité média à l'Université Paris II Panthéon Assas**

#### 3.3 REFERENCES

---

**Stratégie, identité et déclinaison print/web**

- + Grands compte : BNP, Danone, Suez, Yamaha, Procter & Gamble, L'Oréal...
- + Service public et ONG : Communautés urbaines, Ministère de l'Economie belge, Sos Racisme...
- + Plus de 60 PME régionales, nationales et internationales

---

**Formation**

- + Groupe Danone : veille technologique et techniques de communication alternative
- + BNP : mise en place de solutions de communication interne bottom up pour motiver les équipes
- + Exane BNP : développement des compétences créatives et des compétences outils web
- + Nouvelles Frontières : techniques de marketing virtuel et alternatif
- + 12 interventions en PME sur la l'homogénéisation de l'identité corporate, la construction d'un plan de communication, le suivi des opérations publicitaires et la gestion de crise
- + Formation de 6 stagiaires (Efap, ECV...) aux techniques de la gestion de projet, de la stratégie créative et du développement web

#### 3.4 CONTACT

- 
- + Intervenant : Nicolas GRAFFIN (29 ans)
  - + Société ègue : 53 rue de la Devise 33000 Bordeaux
  - + 06 87 40 05 43 - ngraffin@egue.fr