

CRÉATIVITÉ MODE D'EMPLOI

1 jour (7 heures en présentiel ou 7 heures à distance en classe virtuelle)

Objectifs pédagogiques

Cette formation vous permet d'identifier les mécanismes du cerveau humain qui président à tout acte créatif. Étudier le pourquoi et le comment des techniques de créativité (orientées communication). Identifier les processus créatifs collaboratifs. Définir les conditions de la réussite de la créativité. Évaluer les idées les plus porteuses.

Population visée

Créatifs (Concepteurs-Rédacteurs ou Directeurs artistiques d'agences ou Free lances), responsables créatifs (Directeurs de création), ou toute personne concernée par la recherche d'idées communicantes.

Pré-requis

Avoir une bonne expérience et pratique de la création publicitaire, en tant que créatif ou comme pilote des démarches créatives. Être en capacité à piloter des équipes (internes ou externes).

Procédures de positionnement et d'évaluation des acquis à l'entrée de la prestation

Audit téléphonique d'un conseil-formation pour s'assurer des pré-requis et des besoins de l'apprenant, complété d'un audit de niveau via un formulaire à remplir, soumis à l'analyse du formateur-référent.

Méthodes pédagogiques

8 participants maximum, un poste par stagiaire et un support de cours est envoyé en fin de stage (vidéos tutorielles et/ou support spécifique). La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de mises en pratique basées sur des exercices applicatifs et/ou ateliers.

Formateur

Formateur, spécialiste de la créativité en communication et du management d'équipes créatives. Expérience de Directeur de création.

Modalités de validation des acquis

Évaluation continue via des exercices applicatifs et/ou des ateliers de mise en pratique.
Évaluation en fin de stage par la complétion d'un questionnaire et/ou d'une certification officielle issue du Répertoire Spécifique.
Émargement quotidien d'une feuille de présence (en présentiel ou en ligne).
Complétion par le formateur/la formatrice d'un suivi d'acquisition des objectifs pédagogiques.
Remise d'une attestation individuelle de réalisation.

Contenu

Porter un autre regard sur la créativité et l'innovation

- Dépasser les clichés et lieux communs pour expérimenter la créativité
- Les 4 territoires cérébraux de décision
- L'approche neuro cognitive et comportementale ANC (mode mental automatique et mode mental adaptatif)
- Osez la « préfrontale attitude »

Comprendre la créativité pour s'entraîner à devenir créatif

- L'approche multi-variée de la créativité (Cognition, conation, émotion, environnement)
- Penser « out of the box »
- Nourrir et entraîner le muscle de la créativité
- Valoriser la force créatrice des émotions
- Les freins à la créativité
- Evaluation du potentiel créatif (EPOC)

Test : « Quel profil de créatif êtes-vous » ?

Animer le processus créatif collaboratif

- Des techniques de créativité ? Pourquoi ? Et pourquoi en groupe ?
- Les règles techniques d'animation de groupe.
- La dynamique de groupe
- Exercices de « chauffe » / Bodystorm et Ice breakers
- Les deux temps de la démarche créative : Divergence / convergence
- Les « 4 étapes de Wallas » (Préparation, incubation, illumination, vérification)
- Les différentes techniques de créativité (Détours, analogies et brain storming)
- Les mécanismes du détour (Déformation, rencontres forcées, projections, onirisme, graphisme)
- Les techniques analogiques
- Le brainstorming made in Osborn
- Le Creative Problem Solving (CPS)
- La variante « pensée latérale » / De Bono (les 6 chapeaux)

Evaluation des idées

- Grilles (Go/no Go, pertinence)
- Le POCO (Plus, Potentiels, Craintes, Options) et « Yellowideas »