

DU BRIEF À LA RECO

2 jours (14 heures en présentiel ou 14 heures à distance en classe virtuelle)

Objectifs pédagogiques

Cette formation vous permet d'identifier les techniques de construction et de rédaction d'un brief ou d'une recommandation. Déterminer les enjeux, se positionner du côté de l'annonceur puis du prestataire pour mieux comprendre les attentes de chacun. Préparer et rédiger ses recommandations au mieux.

Population visée

Chef de projet, chargé de communication, directeur de création et toute personne ayant en charge la rédaction d'un brief ou d'une recommandation.

Pré-requis

Aucun prérequis n'est nécessaire pour ce stage.

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

Consultant formateur, expert en communication d'entreprise et interpersonnelle.

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

Le brief pour formaliser une demande

- Définir le cadre pour l'annonceur et le prestataire
- Formaliser la relation
- Construire un document référent pour tous les acteurs du projet
- Choisir entre brief standard et « strategic copy »

Un document pour sélectionner le prestataire

- Déterminer les critères de sélection
- Préparer des grilles d'analyses
- Trouver le juste milieu entre contraintes-attentes et liberté-créativité
- Brief créatif ou brief marketing

Rédiger le brief : faire entendre la voix du client

- Structurer le document
- Sélectionner le vocabulaire utiliser
- Faire rêver le client ... à un prix raisonnable

Analyser le brief, pour comprendre la demande

- Identifier les différents types de recommandations écrites
- Définir clairement la problématique et son périmètre
- Présenter et argumenter les recommandations préconisées, leurs finalités respectives et leurs impacts
- Valoriser la solution auprès des décideurs

Structurer ses recommandations

- Construire une démonstration en adéquation avec le contexte et les objectifs
- Les perspectives
- Les éléments et contraintes de réalisation
- La pertinence face aux enjeux
- La cohérence des objectifs de moyens et de résultats
- L'explication des écarts
- Les leviers de réajustements
- La maîtrise des risques
- S'organiser pour construire la recommandation : le plan-type

Rédiger ses recommandations

- Mettre en avant les points et messages clés
- Etayer chaque proposition pour répondre aux questions
- Choisir son vocabulaire
- Améliorer son style par des phrases claires et percutantes
- Utiliser un style simple et direct et des expressions positives
- Convaincre par une argumentation adaptée pour donner de l'impact à sa proposition
- Travailler sur le visuel de son document
- Présenter et vendre sa recommandation
- Scénariser sa recommandation
- La présentation écrite pour la soutenance devant le client
- Préparer la présentation orale
- Accrocher et convaincre son auditoire