

MANAGEMENT CRÉATIF - DIRECTION DE CRÉATION

2 jours en présentiel (14 heures)

Objectifs pédagogiques

Cette formation vous permet de faciliter la prise de fonction de Directeur de Création. Acquérir les bases du management de créatifs. Se créer un réseau de talents, l'animer et le développer. Identifier les conditions de la réussite du pilotage d'équipes créatives (Internes et externes). Valoriser les idées et concepts pour susciter l'adhésion.

Population visée

Créatifs (Concepteurs-Rédacteurs ou Directeurs artistiques d'agences) expérimentés prenant des responsabilités de Direction de création ou souhaitant y accéder. Dircom manageant un studio de création intégré ou pilotant des créatifs (internes et/ou externes). Jeunes Directeurs de création souhaitant asseoir leurs fonctions.

Pré-requis

Avoir une bonne expérience et pratique de la création publicitaire, en tant que créatif ou comme pilote des démarches créatives. Être responsable d'équipes créatives (ou en passe de l'être).

Méthodes pédagogiques

8 participants maximum. La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations, de réflexions, de mise en pratiques, via des jeux de rôle par exemple.

Formateur

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

Modalités de validation des acquis

Évaluation des acquis via un questionnaire. Attestation de fin de stage.

Contenu

JOUR 1

Installer sa légitimité

- Directeur de création ? Son rôle, ses responsabilités, ses devoirs
- La prise de fonctions (définir et transmettre sa vision, clarifier son rôle)
- Prise de contact avec l'équipe en place (revue d'effectif)
- Simulation : « Discours d'arrivée auprès des équipes créatives » (Préparation + jeu de rôles)

Savoir s'entourer de talents

- L'identification des ressources créatives (externes ou pour recrutement)
- Recevoir les créatifs
- Lire et analyser un dossier (book)
- L'évaluation des potentiels créatifs
- Le pilotage et l'optimisation de l'entretien
- Les traces et fiches de « référencement » des créatifs
- La gestion de la BDD créative

Animer et étoffer son réseau de créatifs

- La curation et la vielle
- Les réseaux sociaux et la blogosphère de créatifs
- Les salons professionnels, les annuaires et les soirées professionnelles

Mobiliser et motiver les ressources créatives

- Constituer des équipes créatives performantes
- Appréhender les différents profils de créativité
- Conjuguer les talents / Parvenir à l'alchimie des compétences et des tempéraments
- Composer son équipe, en fidéliser les membres
- Quand et comment jouer l'ouverture ?

Le briefing créatif

- La traduction du brief amont
- L'appropriation de la problématique (benchmark, démarche d'immersion et de conviction)
- Quel type de brief (forme, degré d'ouverture ou de contrainte, quelle audace attendue ?)
- Recherche d'insights
- Les « sources d'inspiration » (Références, exemples, moodboard et moodtape..)
- Avoir et transmettre les éléments d'une vision globale de la demande, (recul-hauteur de point de vue)

Développer le mode collaboratif avec les créatifs

- TEST : « Quel profil de manager (potentiel) êtes-vous ? »

JOUR 2

Analyser et bonifier le travail créatif

- Le mode relationnel à installer (analyse transactionnelle)
- Objectiver les critiques et satisfécits.
- Recadrer les créatifs / Comment faire rebondir les créatifs
- Debriefing et rebriefing
- Gestion des conflits (Sources, Désamorcer, prévenir ou gérer les conflits (Assertivité/serviabilité)
- Maintenir le niveau de motivation/implication des ressources créatives jusqu'à la finalisation/production
- Simulations : « Débriefing, corriger un team ou un créatif » : Préparation + jeu de rôles (Mise en situation 1 : créatif s'accroche à son concept ; Situation 2 : créatif à remobiliser)
- Méthodologie collaborative avec les créatifs (Pdf annotés, nomenclature répertoires et fichiers, gestion des

MANAGEMENT CRÉATIF - DIRECTION DE CRÉATION

- sources, archivage et versioning)
- Gérer les délais
- Suivi longitudinal et évaluation (les différentes méthodes, les grilles type, principes)
- Simulation : « Entretien d'évaluation de créatifs » : Préparation + jeu de rôles (Mise en situation 1 : créatif à recadrer/faire progresser - Situation 2 : créatif à motiver/garder)

Présenter de façon convaincante le travail créatif

- L'appropriation du travail d'autrui
- Le principe de solidarité-loyauté
- La grille d'évaluation stratégico-créative
- La personnalisation-incarnation de la démarche

L'art de l'enchantement

- Préparer sa présentation
- La prise de parole en public (se préparer, formuler, raconter (storytelling de présentation), (se) présenter)
- Simulation : « Vente de la création » : Préparation + jeu de rôles (Mise en situation 1 : présenter une campagne - Situation 2 : défendre une campagne)

Le déploiement du concept

- Une vision globale et coordinatrice
- Identification et normalisation des principes conceptuels et graphiques
- Développement de guidelines pour le déploiement multi-support et multicanal
- Les modes de partage de la production créative (droits, contraintes)
- L'archivage (nomenclature, formats, supports)

Le retour d'expérience

- Débriefing post campagne
- Identification des axes de progrès
- Alimentation de la fiche « ressources »

Conclusion et synthèse

- Quizz ludique de validation des acquis / Correctifs et synthèse