

Maîtriser le marketing par l'image



MR-167 2 Jours (14 Heures)



Description

L'utilisation croissante de visuels et d'images dans les supports de communication a donné naissance à une nouvelle discipline du marketing. Cette formation vous permettra de comprendre l'importance du "Picture Marketing" et d'en connaître les usages, les règles et les bonnes pratiques.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Responsables et chargés de communication/marketing, chefs de produit, chefs de projet et toute personne impliquée dans la mise en oeuvre d'une stratégie de communication par l'image.

Prérequis

Aucune

Les objectifs de la formation

- Comprendre les atouts du marketing par l'image dans sa stratégie de communication
- Connaître les usages et les bonnes pratiques en matière de Picture Marketing
- Optimiser ses images et visuels dans sa communication, notamment sur les réseaux sociaux
- Maîtriser la réglementation autour de l'utilisation des images et des droits d'auteur

Programme de la formation

L'utilisation des visuels dans la communication

- L'importance des visuels dans la société et la communication : du selfie à la communication de marque.
- La définition du Picture Marketing.
- Les réseaux sociaux, royaume de l'image : Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram, Tumblr.
- L'utilisation des images dans les autres supports de communication.
- Echanges Mind-mapping des différents supports de communication utilisant l'image comme pilier de la stratégie de communication.

Comprendre les leviers du marketing par l'image

- Créer de l'engagement et de l'affinité pour la marque.
- Favoriser le partage et de la viralité.
- Développer la notoriété, la e-réputation.
- Faire du storytelling, raconter une histoire autour de la marque.
- Les dernières innovations en matière de Picture Marketing.
- Etude de cas A partir d'une étude de cas, définir les grands axes d'une stratégie de marketing par l'image.

Optimiser ses images

- Quelles images pour quelle communication ? Focus sur les réseaux sociaux.
- Identifier et sélectionner les images par leur symbolique : couleur, visuel.
- Choisir les bons formats et résolutions selon les supports.
- Connaître les spécificités des visuels sur Internet.
- Savoir retoucher ses visuels.
- Viser la cohérence de la charte graphique.
- Travaux pratiques Sélectionner des images pertinentes adaptées aux différents supports de communication.

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.
- Réflexion collective Etablir en sous-groupe une check-list sur les vérifications à effectuer avant d'utiliser une image.

Mesurer la performance du marketing par l'image

- Mettre en place des outils d'évaluation.
- Définir les indicateurs de son "Picture Marketing".
- Mesurer et adapter sa stratégie selon les objectifs définis.
- Echanges Réflexion collective sur la problématique du ROI (retour sur investissement) versus ROA (retour sur attention).