



Durée formation :

2 jours (15h)
En présentiel



Public visé :

6 à 8 personnes
salariés de l'entreprise

► Agences de communication, entreprises souhaitant créer du contenu vidéo et podcast lors d'actions de communication interne ou externe en BtoB ou BtoC.



Intervenant(e) :

Thierry Leblanc



Coût de la formation :

4500€ HT / 2 jours

Formations booster sur
une journée : 2500€ HT

Tarif incluant : frais de location de salle et frais de déplacement des intervenants. N'inclue pas les déjeuners.



Supports :

Ensemble des supports fournis via WeTransfer à l'issue de la formation.

Objectifs pédagogiques opérationnels de la formation (OPO)

- Analyser les données chiffrées de présence de vidéos et de podcasts en ligne, le comportement des internautes face aux contenus audiovisuels sur la toile et les réseaux sociaux puis comprendre l'impact de ce type de contenu sur différents publics/cibles.
- Explorer les différents objectifs et types de communication avec leurs spécificités appliquées à la production de films ou de podcasts et comprendre la puissance émotionnelle au service du message.
- Concevoir un cahier des charges, une grille d'analyse, définir les messages qui devront être explicites ou induits. Comment passer du « rédactionnel » à une écriture « audiovisuelle »
 - Identifier les spécificités de ces outils de communication, les écueils à éviter, les bonnes pratiques. Comment travailler en harmonie avec le réalisateur ou d'un dispositif de communication.

Objectifs pédagogiques

- 1** Découvrir les différentes utilisations des supports audiovisuels.
- 2** Apprendre les étapes et méthodologies de production pour la réalisation d'un film et d'un podcast, faire le choix du type de film et du type de podcast. Comprendre les missions et responsabilités des différents intervenants.
- 3** Évaluer l'adéquation entre les objectifs, les cibles et la réalisation.

Méthodes pédagogiques

La méthode pédagogique repose d'un côté sur une étude de cas provenant de l'expérience de l'intervenant et d'un autre sur de la théorie, des données chiffrées, les méthodologies à connaître...

Modalités d'évaluation

QCM individuel à la fin de la formation et analyse d'une campagne vidéo et/ou audio par deux.

Programme de la formation

- Jour 1 -

Recenser les besoins, et niveau de connaissance des stagiaires

- Tour de table pour exprimer ses besoins, ses pratiques, sa connaissance du domaine de la communication audiovisuelle et ses attentes pour les deux jours

Etat des lieux de la communication audiovisuelle

- Constat chiffré sur l'utilisation et la diffusion de vidéos et podcasts sur les réseaux sociaux principalement
- Analyser et comprendre les enjeux

Explorer les différents objectifs et types de communication

- Visionner des films qui répondent à différents objectifs : gagner en notoriété, convaincre des prospects, présenter une offre, des services, lancer un évènement, former, recruter, etc.
- Analyser les films
- Comprendre le choix de la mise en scène en adéquation avec les messages et la cible
- Repérer les ressorts émotionnels

- Jour 2 -

Comprendre l'ingénierie de la communication audiovisuelle

- Découvrir les méthodologies de production appliquées à la vidéo et au podcast
- Connaître et identifier les différents intervenants (leurs missions, leurs responsabilités, les interconnexions)
- Comprendre la répartition des tâches entre le commanditaire et le prestataire (engagements, plannings, ...)
- Analyser un cahier des charges et le budget

Cas pratique de préparation à un appel d'offre en écho à la séquence 1 (travail en binôme)

- Rédiger un cahier des charges, objectifs de communication, cibles
- Chaque binôme remet son cahier des charges à un autre binôme qui doit proposer une réponse : type de film, parti pris, avantages et contraintes
- Analyse des AO et réponses en groupe : analyse critique, définition du budget, grille d'évaluation



Thierry Leblanc

Thierry débute sa carrière en tant que monteur-truquiste pour les chaînes nationales et locales puis devient journaliste reporter d'images. En 1991 à Paris, il crée l'agence Couleur Citron, spécialisée alors dans la production de films d'entreprise (B to B et B to C). Il fera évoluer l'agence et le panel de compétences proposées avec l'arrivée du web et du multimédia. Couleur Citron devient agence de communication globale avec un pôle production audiovisuel intégré. Après avoir revendu son agence (32 personnes) en 2019, Thierry se consacre aujourd'hui uniquement à la production vidéo et podcast.