PROGRAMME DE FORMATION

Concevoir un magazine de destination séduisant

Objectifs de la formation

- Intégrer les clés de conception d'un magazine
- Identifier les règles de composition d'une double-page efficace, textes et photos
- Organiser un sommaire attirant

Programme

Malgré l'importance croissante de la communication digitale dans le tourisme, la communication papier n'est pas morte pour autant et a encore un impact considérable sur le lecteur. Or, dans un domaine où la concurrence fait rage, l'efficacité des supports écrits de communication est primordiale.

Pour cela , les brochures touristiques papier ne doivent plus seulement s'apparenter à un catalogue exhaustif d'activités et de sites touristiques. Un guide ne vise pas seulement à informer. Il doit mettre en scène et "parler" de façon émotionnelle de la destination. Il doit se démarquer par un esthétisme soigné, contenir de l'information pertinente bien présentée, intégrer des visuels percutants pour créer un effet « wow » qui inspirera et marquera l'esprit du lecteur.

Pour cette formation, le groupe de stagiaires sera constitué comme une rédaction et sortira avec les grandes lignes directrices d'un projet éditorial.

Module 1 : Étudier les projets

- Analyse à partir de supports existants (mise en page, photos, erreurs...)
- Recueil des projets éditoriaux (points forts, destin du papier selon sa typologie...)

Module 2 : Le support de rêve du magazine

- Les clés de lecture image/texte, les règles de lisibilité
- Organiser son sommaire, les principes de temps forts et respirations
- Choisir ses photos

Module 3 : Séduire l'oeil, faciliter la lecture

- Comment raconter votre histoire pour toucher le lecteur
- Clés d'analyse et critique d'une page
- La puissance de la photo, l'importance des mots (titre, chapô...)
- Positionner le magazine dans la stratégie marketing

Module 4 : La fabrication du magazine

- La succession des tâches, du chemin de fer au BAT
- Le budget (pages, régies publicitaires...)

Méthodes et supports

- Avant la formation, plusieurs "capsules vidéos" sont à visionner
- Chaque stagiaire doit venir avec un projet éditorial

- Apports théoriques et mises en situation, les stagiaires se mettant dans la peau d'un rédacteur en chef. Ils réaliseront leur projet éditorial durant la formation
- Composition du projet éditorial personnel
- Supports ou ressources pédagogiques transmis aux stagiaires

Public

Chargé.e de communication, chargé.e des éditions, chargé.e de marketing

Prérequis

Pas de prérequis

Informations complémentaires

Cette formation sera assurée par Martin BOHN, journaliste expérimenté depuis 26 ans et formateur.

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

- Questionnaire de satisfaction en ligne envoyé 2 jours après la fin de la formation
- Evaluation des acquis par l'intervenant.e en fonction des objectifs visés : exercices

Modalités d'évaluation (Post-Formation)

- Questionnaire de pré-formation en ligne

Durée

3,00 jour(s)
21:00 heures