

PROGRAMME DE FORMATION

Concevoir un magazine de destination séduisant

Objectifs de la formation

- Détenir les clés de conception d'un magazine
- Connaître les règles de composition d'une double page efficace, textes et photos
- Savoir 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 ce stage, l'équipe sera constitué comme une rédaction et sortira avec les grandes lignes directrices d'un projet éditorial.

Etudier les projets

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

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

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

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

La théorie est traduite immédiatement en atelier : **le stage est constitué comme une équipe de rédaction et le stagiaire se mettra dans la peau d'un rédacteur en chef pour ce projet.** Il réalisera son projet éditorial en stage.

- Remise du mémento pédagogique
- Composition du projet éditorial personnel

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

Recueil des attentes des stagiaires et test de positionnement

Modalités d'évaluation (Post-Formation)

- Formation sanctionnée d'une attestation de fin de formation
- Questionnaire de satisfaction de la formation
- Fiche d'évaluation des acquis individuels en fonction des objectifs visés via les exercices réalisés pendant la formation

Public

Chargé.e de communication, chargé.e des éditions, responsable marketing ou toute personne chargée de l'élaboration des documents print au sein d'une structure touristique

Prérequis

Pas de pré-requis

Durée

3,00 jour(s)

21:00 heures