

Une conception pour les spots de promotion & le marketing viral

25 & 26 juin 2009 à Berlin

Retour au début. Le contenu de l'événement rappelle les origines et présente le scénario des promesses des donneurs d'ordre. Les spots, les génériques, les communications virales et les contenus de la marque publiés dans l'Internet racontent des histoires qui s'accordent avec les intérêts de la cible. Les histoires aident à satisfaire les besoins des spectateurs/utilisateurs, de contribuer à résoudre leurs problèmes et conduisent de façon excitante à la promesse centrale et à la solution. Les histoires spectaculaires frappent le spectateur et suscitent l'intérêt, l'amusement et la séduction de la cible.

Where's the beef? L'entraînement de deux jours démontre le mode de fonctionnement des histoires racontées dans les spots de promotion, leur mode d'évaluation et leur rédaction. La diversité des variations dramaturgiques se reflète d'une seconde à l'autre. L'essence de cette diversité forme la base de l'entraînement. Outre les spots de promotion classiques pour TV et cinéma l'entraînement fait comprendre les particularités et les stratégies des films viraux et des contenus de la marque.

Play! L'entraînement s'occupera avec l'analyse et la présentation de campagnes réussies et des structures conceptionnelles correspondantes commentée à l'aide d'exemples, permettra d'élargir le potentiel dramaturgique des participants et d'aiguiser leur discernement. Le programme sera aéré par des exercices pratiques qui concernent le style et la créativité et par la présentation de mesures destinées à promouvoir la concentration sur des idées efficaces.

L'événement d'Eyes & Ears of Europe et d'Interone Worldwide à Cologne s'adresse en premier lieu aux collaborateurs des entreprises des médias et de la communication, de la (post-) production, du design, des services de consultation, des agences de marketing, de promotion et de mode conversationnel qui s'intéressent pour cette thématique. Les personnes qui s'intéressent en général pour les médias ainsi que les étudiants et les apprentis de ce secteur sont également cordialement invités. Le nombre des participants est limité à **16 personnes au maximum**.

Chargé de cours

Dr. phil. Albert Heiser a fait des études de la communication économique et sociale à l'université des beaux-arts à Berlin et travaillait en fonction de rédacteur publicitaire et de directeur créatif chez Ogilvy & Mather, Saatchi & Saatchi et Dorland/Grey. Il a publié en 2001 son premier livre qui s'occupait de films publicitaires et avait le titre 'Bleiben Sie dran - Die Konzeption, Produktion und Rezeption von Werbefilmen'. La publication fut suivie en février 2004 par le livre 'Nachhaltigkeit in 50 Sekunden' sur le thème des spots sociaux. En 2004 il publia 'Das Drehbuch zum Drehbuch, Erzählstrategien im Werbespot und -film'. Albert Heiser est fondateur de l'institut Creative Game et travaille en fonction d'entraîneur et de designer.

L'événement aura lieu en langue allemande.

Dernier délai d'inscription : 19 juin 2009

Avez-vous des questions? Appelez-nous au numéro : **+49 (221) 60 60 57 10**

Jeudi, 25 juin 2009

- 10h30 **Salutation**
Claus Grimm, Directeur de Promotion & Design, DW-TV Deutsche Welle, Berlin
Wout Nierhoff,
Gérant membre du comité de direction
Eyes & Ears of Europe, Cologne
- 10h45 **Présentation des participants**
- 11h00 **Le programme de hier soir.**
Un bloc publicitaire
Nous nous souvenons de quoi?
Le programme de design des professionnels
Introduction dans les stratégies narratives
Les critères narratifs de spots réussis
- 12h00 Pause de midi
- 13h00 **Description/Narration**
Composants narratifs & dramaturgie de courte durée
Spots & génériques réussis et perfectionnés
- 14h30 Pause
- 15h00 **Technique créative: Synectique visuelle de Creative Game**
- 16h45 Pause
- 17h15 **Technique créative: Exemples de dramaturgie**
- 18h15 Discussion & Résumé
- 18h30 Fin du premier jour

Vendredi, 26. juin 2009

- 08h45 Réunion
- 09h00 **Les structures des campagnes**
Conception & composition de campagnes pour TV/cinéma/Internet/mobiles/POS
- 10h30 Pause
- 11h00 **Les stratégies du film viral dans l'Internet**
Les voies de distribution pour les messages dans Web 2.0
- 12h45 Pause de midi
- 13h45 **Les critères du design & et de l'évaluation du mode de fonctionnement du film viral**
- 15h15 Pause
- 15h45 **La conception des campagnes publicitaires virales & des contenus de la marque**
Perfectionnement & accompagnement cross-médiatique des campagnes dans l'Internet
- 16h30 Résumé & Evaluation
- 17h00 Fin de l'événement

Conditions d'inscription

Pour votre inscription, veuillez nous renvoyer le formulaire ci-joint jusqu'au 19 juin 2009 à :

Eyes & Ears of Europe

Association pour le
design, la promotion et le marketing
des médias audiovisuels e.V.

Eyes & Ears Academy

Directeur
Wout Nierhoff
Management du projet
Ina Braum
Organisation
Isabel Krischer
Assistance au projet
Susanne Donner
Services Marketing
Carolin Harttrampf

Bureau

Téléphone : +49 (221) 60 60 57 10
Télécopie : +49 (221) 60 60 57 11
eMail : academy@eeofe.org
Internet : www.eeofe.org

Droits d'inscription

€ 250,- pour les membres de Eyes & Ears of Europe;
€ 75,- pour les étudiants/stagiaires membres;
€ 1.000,- pour les non-membres; € 150,- pour les étudiants et
les stagiaires qui ne sont pas des membres. Les droits
d'inscription doivent être réglés dans un délai d'une semaine
après la réception de la confirmation par écrit. Veuillez
transférer par virement à notre compte.

Les frais de logement et de restauration ne sont pas couverts par les droits
d'inscription.

Eyes & Ears of Europe e.V.
Stadtsparkasse Köln
Code de banque : 370 501 98
No. de compte : 101 308 2688

En cas d'annulation

En cas d'annulation de votre participation à l'événement suite à votre inscription, nous nous réservons le droit de prélever une taxe d'annulation. En cas d'annulation de votre inscription 8 jours avant l'événement, nous sommes contraints de retenir ou bien de vous réclamer le montant total. En tous cas, vous pouvez toujours nommer un(e) remplaçant(e). Ce(tte) remplaçant(e) peut cependant seulement bénéficier des réductions s'il/si elle est membre lui/elle-même. **Eyes & Ears of Europe se réserve le droit de changer le programme.**

Accès

En transport public

Venant de l'aéroport Tegel, prenez le bus No. 128 jusqu'au terminus 'U-Bahnhof Osloer Straße'. De là, prenez le métro No. 8, en direction de 'Hermannstraße', et allez trois stations jusqu'à la station 'Voltastraße'.

À la gare centrale, prenez le métro jusqu'à l'arrêt 'Alexanderplatz'. Ensuite vous prenez le métro de la ligne 8 en direction de Wittenau jusqu'à l'arrêt 'Voltastraße'.

En voiture

Venant de l'échangeur d'autoroute 'Funkturn', allez en direction de 'Kreuz Charlottenburg'. Allez tout droit en direction de 'Wedding', via 'Seestraße' qui se change en 'Osloer Straße'. Puis, tournez à droite dans 'Schwedenstraße' qui se change en 'Badstraße' et puis en 'Brunnenstraße'. De là, tournez à droite dans 'Voltastraße'.

Lieu

Deutsche Welle – DW-TV
Voltastr. 6
D-13355 Berlin