



GUIDE

POUR L'ORGANISATION
DE JOURNÉES D'INFORMATION
DANS LES AGENCES LSA



Journées d'information dans les agences LSA

Objectif de ce document

Une recommandation relative à l'organisation de journées d'information dans les agences LSA.

Situation de départ: éveiller la curiosité et la joie au travail

Les écoles primaires fournissent aujourd'hui beaucoup d'efforts pour donner à leurs élèves une approche du monde du travail. Même si ceci est un peu contraignant, accueillir ces personnes et leur montrer la polyvalence et la pérennité de notre branche est précieux pour les agences LSA.

Utilité des journées d'information pour les agences

- Aborder la «guerre des talents» et sa propre pérennité avec des mesures concrètes.
- Donner aux jeunes un premier aperçu de la branche et leur en transmettre la passion.
- Montrer la polyvalence et la diversité des métiers, tout comme les exigences qui y sont liées.
- Dans l'idéal, amener les jeunes personnes aptes dans l'industrie créative

Utilité des journées d'information pour les jeunes participants: donner une orientation, apporter de la clarté

- Montrer les activités et les possibilités (conseil, création, technologie, etc.) qu'offre la branche.
- Faire connaître les métiers et professions qui existent.
- Expérimenter ce que l'on fait toute la journée dans une agence.
- Reconnaître que ceci a un certain rapport avec sa voie professionnelle.

Réalisation: brève, concise, vivante

Notre recommandation:

1. rassemblez des personnes intéressées et organisez les journées d'information du mieux possible pour tout le groupe! Ceci vaut le coup pour vous – une organisation unique – et est également motivant pour les jeunes.
2. proposez une journée d'information riche en événements plutôt qu'une semaine entière où les élèves se contentent de rester derrière des ordinateurs et doivent assister à des séances ennuyeuses.

Exemple de journée d'information

Matinée: présentation de l'agence, du déroulement de la journée et des métiers

Nous consacrons la matinée à combattre l'appréhension des jeunes et à leur donner une approche des métiers dans notre agence.

Horaires	Contenu
09h30-9h35	Accueil, présentation, ordre du jour
9h35-9h50	Warm-up! (par ex. des jeux de devinette, reconnaître des marques à partir de spots ou d'annonces publicitaires avec des logos masqués; de petits prix immédiats à gagner pour les plus rapides, etc.)
9h50-10h00	Attentes de la journée. (par ex. mettre par écrit soi-même, accrocher les notes au mur)
10h00-10h25	Que fait une agence de communication / branding / design / RP / numérique? (Où avez-vous atterri? Quels métiers existent généralement dans notre agence? Comment naît une campagne?)
10h25-10h40	Pause (plus visite de l'agence, explication des services et du rôle des personnes)
10h40	<p>Qui travaille chez nous: présenter de manière un peu plus approfondie les métiers sélectionnés.</p> <p>Accueil personnel par un collaborateur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • sa propre voie professionnelle: pourquoi ai-je...? • quelle était ma propre voie professionnelle? • quels étaient les bons et mauvais côtés selon moi? <p>Et comment cela est-il devenu?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pour chaque métier présenté, expliquer brièvement les voies de formation, les lieux de formation et la formation en elle-même. • Exigences • Après les études – Possibilités de carrière • Formations continues et spécialisations

Horaires	Contenu
	Métier 1, par ex. ce que fait un créateur (graphiste, rédacteur, designer, polygraphe...)
10h40-10h55	<ul style="list-style-type: none"> • Présenter comment quelque chose naît dans un projet • Aperçu des métiers de la création • Questions sur le poste, formation
	Métier 2, par ex. ce que fait un spécialiste en ligne (médiamaticien, designer interaction, ingénieur logiciel, etc.)
10h55-11h10	<ul style="list-style-type: none"> • Présenter comment quelque chose naît dans un projet • Aperçu des métiers du Web • Questions sur le poste, formation
11h10-11h15	Pause
	Métier 3, par ex. ce que fait un conseiller (point de vue par ex. d'un planificateur média, d'un planificateur de communication)
11h15-11h30	<ul style="list-style-type: none"> • Présenter comment quelque chose naît dans un projet • Aperçu des métiers du conseil, de la planification • Questions sur le poste, formation
11h30-11h40	Des questions? (cf. attentes)
12h00-13h30	Pause déjeuner

L'après-midi offre la meilleure opportunité de développer soi-même une campagne, par ex. une affiche. Ce peut être pour un nouveau produit comme une boisson, un jeu, des vêtements, etc., mais la tâche peut être également la prochaine carte de fin d'année de l'agence, la prochaine version du site Web, une invitation (interne) ou autre.

Dans l'idéal, un créateur est mis à disposition; il accompagne les jeunes (ou le groupe) et s'occupe de la mise en œuvre par ex. dans son propre lieu de travail avec les jeunes.

Horaires	Contenu
13h30-13h45	Tâches de l'atelier, créer des groupes
13h45-14h45	Travail de groupe (produit, idée, slogan, shooting photo...)
14h45-15h30	Création de groupe 1+2
15h30-15h40	Présentation des travaux
15h40-15h50	Retour sur les attentes de la journée. Des questions?
16h00	Fin

Avril 2016