



LES CLÉS D'UNE DÉMARCHE COMMERCIALE

PUB RADIO-AUDIO LOCALE EXPERTE - 1J



PUBLIC - PRÉ-REQUIS :

Public: Personnels des médias et supports publicitaires locaux et régionaux : débutants, juniors ou seniors expérimentés, directeurs généraux, cadres de l'entreprise, managers commerciaux et marketing, commerciaux, chef de publicité, assistants commerciaux, chefs de projet, webmasters, animateurs, journalistes et rédacteurs, community managers, planificateurs, trafic managers, chargés de production, chargés de développement et de partenariats, responsables de promotion-communication...

Pré-requis: remplir un questionnaire d'évaluation du positionnement, du niveau et des attentes du stagiaire et de préparation à la formation. Les stagiaires doivent être disponibles durant 2 demi-journées.



OBJECTIFS :

1. Avoir une bonne maîtrise des fondamentaux du marketing de proximité 360 et de l'analyse stratégique
2. Être capable de mettre en application une approche commerciale efficace et adaptée aux problématiques des annonceurs à l'ère digitale
3. Améliorer l'efficacité des campagnes, la satisfaction et la fidélisation des clients-annonceurs, notamment sur des engagements annuels
4. Stimuler la créativité publicitaire, avec une meilleure compréhension des leviers propres au media radio-audio
5. Développer la motivation et la performance commerciale,
6. S'adapter aux impératifs de la transition numérique dans les médias et la pub locale, monter en compétences, contribuer au maintien dans l'emploi

DÉROULEMENT DE LA FORMATION :

Au départ de la formation, les stagiaires reçoivent un questionnaire de préparation évaluant leur niveau, leurs attentes et le programme détaillé.

Un échange préalable avec le manager ou le donneur d'ordre permet d'adapter le programme à des problématiques spécifiques.

Chaque stagiaire indique un cas pratique qui sera utilisé comme exemple durant la formation.

Les stagiaires suivent la formation intra durant 1 journée dans une salle mise à disposition par leur employeur.

A l'issue de la formation les stagiaires disposent d'une assistance permanente par email, et un entretien personnalisé en visio sur demande durant 1 mois.



TARIF: 1.990 € HT pour 1 journée (de 1 à 3 stagiaires) incluant le suivi durant 1 mois.

Hors frais de déplacement et d'hébergement du formateur.



DUREE: 8 heures (9h-12h30 / 13h30-18h00).



DATES: Selon la convention et les contraintes de l'entreprise.

INTERVENANT :



Jean-François Duplaix

Consultant senior spécialisé dans la commercialisation publicitaire, la radio, la stratégie commerciale, les techniques de vente, le marketing de proximité, l'événementiel, le digital, le management et la formation d'équipes commerciales.

100% des stagiaires satisfaits ou très satisfaits des sessions de formation présentielle 2025-2026

INSCRIPTIONS RENSEIGNEMENTS :

jf@mediaticconseils.com
www.mediaticconseils.com

MÉTHODES :

Des exemples et cas pratiques individuels sont traités durant la formation.

La pédagogie est basée sur l'illustration et l'évocation d'exemples concrets afin de permettre aux participants une participation très interactive et une mise en pratique immédiate.

Les interactions avec le formateur permettent de traiter les questions et cas particuliers spécifiques des stagiaires

La méthode pédagogique utilisée dans ce programme de formation a fait l'objet de nombreuses recherches et tests. Différentes techniques de formation ont été étudiées et testées et le fruit de ce travail a abouti à une formule simple qui répond aux problématiques suivantes :

- approche personnalisable adaptée aux profils des stagiaires,
- disponibilité et exploitabilité immédiate des outils pédagogiques,
- accessibilité des ressources (playlists, articles, liens, études, vidéos...)

ÉVALUATIONS - ASSIDUITÉ :

L'évaluation des acquis des stagiaires est effectuée à chaud en fin de session puis à froid 1 mois plus tard.

Le taux de réussite aux évaluations sera adressé aux stagiaires et au donneur d'ordre en fin de formation.

Les stagiaires recevront un certificat.

En fin de formation, un questionnaire d'évaluation de la formation sera adressé aux stagiaires et à leur manager (donneur d'ordre).

Des feuilles d'émargements sont signées par les formateurs et les participants, Mediatic Conseils conserve les éléments liés à la réalisation de la formation pour être tenus à la disposition du financeur en cas de contrôle.

En fin de formation, un questionnaire d'évaluation du formateur et de la méthode pédagogique est remis aux stagiaires.

Un échange avec le manager ou donneur d'ordre permet de dresser un bilan et de formuler des recommandations pour l'encadrement des stagiaires et l'amélioration continue du contenu de la formation.

Tous les documents peuvent être consultés sur simple demande de l'entreprise ou de l'OPCO.

Personnes en situation de handicap

Tout sera mis en œuvre pour que la formation puisse se dérouler normalement pour une personne en situation de handicap, selon les recommandations du Guide de l'accueil des personnes en situation de handicap. Les personnes en situation de handicap peuvent exprimer leurs problématiques spécifiques, besoins et attentes particulières lors du remplissage de la fiche de préparation. Pour toute formation intra, l'accès relève de l'entreprise cliente.

En cas de difficultés techniques, réclamations, les stagiaires peuvent contacter Mediatic Conseils par email à jf@mediaticconseils.com et recevront une réponse sous 48h maximum. Ils peuvent contacter le formateur par téléphone au +33 (0)7 72 77 48 67 pour les situations exceptionnelles.

V10/2026 Validité 31/12/2026

LES CLÉS D'UNE DÉMARCHE COMMERCIALE PUB RADIO-AUDIO LOCALE EXPERTE

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Ce parcours est indicatif. Il s'agit du parcours de base, qui peut être personnalisé en fonction de la situation et des attentes de chaque stagiaire et du donneur d'ordre.

Avant la formation présentielle, les stagiaires reçoivent :

- une fiche d'évaluation de leur niveau et de leurs attentes
- un accès à des ressources pédagogiques préparatoires :
 - le livre "500 questions pour vendre mieux et plus de pub radio",
 - la vidéo de la présentation "Les 7 secrets d'une stratégie radio efficace"
 - et des liens vers des ressources en ligne.

1 JOURNÉE

8h30 > 9h00 café & présentations

9h00 > 10h30 : L'approche commerciale Experte (pause de 10h30 à 10h45)

- introduction : présentations, tour de table, affichage des attentes individuelles
- les attentes marketing des annonceurs locaux et d'une communication efficace et rentable,
- les clés de la mémoire et l'audace créative adaptée au media radio-audio,
- la qualification des prospects prioritaires, la préparation experte, prise de contact et approche directe
- la démarche commerciale et l'approche stratégique R1-R2,
- la méthode "BASIC" les composantes d'un brief, les objections, la proposition commerciale et les clés pour conclure une vente,

10h45 > 12h30 : Les leviers de la réussite d'une campagne pub radio-audio (pause de 15h30 à 15h45)

- pas de pub réussie sans stratégie bien réfléchie, élaborer une stratégie de communication efficace
- les leviers du media radio-audio,
- une bonne création publicitaire c'est l'assurance d'une campagne réussie (exemples et décryptages)
- contextualiser la diffusion d'une campagne en fonction de l'annonceur et des cibles d'audience,
- la répétition, couverture, la communication récurrente, le ciblage contextuel, les dispositifs annuels, fil rouge & promotions ponctuelles
- la radio booster du mix media, radio & digital

12h30 > 13h30 : Déjeuner (rapide)

13h30 > 15h30 : Exercices sur des outils pédagogiques et mise en situation

- ÉVALUATEUR DE PROSPECTS PRIORITAIRES: chaque stagiaire réalise le scoring de 3 prospects de leur choix identifiés à l'avance, pour pratiquer la méthode d'identification prioritaire,
- PRÉPARATEUR DE RV PROSPECT: chaque stagiaire produit 1 fiche de préparation de rendez-vous en employant la méthode EXPERTE
- recherche d'informations, annonceurs, marché, secteur d'activité,
- identification du point de rupture marketing, des pain-points du prospect,

15h45 > 17h30 : Les assistants IA (pause de 15h30 à 15h45)

- formulation de l'idée EXPERTE,
- analyse des stratégies marketing locales possibles à préparer,
- sélection d'exemples de spots pour écoute,
- point sur les réponses apportées aux attentes

17h30 > 18h00 : Questions & Conclusion

- synthèse de la journée, points d'amélioration, plan d'actions
- évaluation à chaud



LES CLÉS D'UNE DÉMARCHE COMMERCIALE PUB RADIO-AUDIO LOCALE EXPERTE 2J



PUBLIC - PRÉ-REQUIS :

Public: Personnels des médias et supports publicitaires locaux et régionaux : débutants, juniors ou seniors expérimentés, directeurs généraux, cadres de l'entreprise, managers commerciaux et marketing, commerciaux, chef de publicité, assistants commerciaux, chefs de projet, webmasters, animateurs, journalistes et rédacteurs, community managers, planificateurs, trafic managers, chargés de production, chargés de développement et de partenariats, responsables de promotion-communication...

Pré-requis: remplir un questionnaire d'évaluation du positionnement, du niveau et des attentes du stagiaire et de préparation à la formation. Les stagiaires doivent être disponibles durant 2 demi-journées.



OBJECTIFS :

1. Avoir une bonne maîtrise des fondamentaux du marketing de proximité 360 et de l'analyse stratégique
2. Être capable de mettre en application une approche commerciale efficace et adaptée aux problématiques des annonceurs à l'ère digitale
3. Améliorer l'efficacité des campagnes, la satisfaction et la fidélisation des clients-annonceurs, notamment sur des engagements annuels
4. Stimuler la créativité publicitaire, avec une meilleure compréhension des leviers propres au media radio-audio
5. Développer la motivation et la performance commerciale en intégrant des outils spécifiques (dont l'IA),
6. S'adapter aux impératifs de la transition numérique et de l'IA dans les médias et la pub locale, monter en compétences, contribuer au maintien dans l'emploi

DÉROULEMENT DE LA FORMATION :

Au départ de la formation, les stagiaires reçoivent un questionnaire de préparation évaluant leur niveau, leurs attentes et le programme détaillé.

Un échange préalable avec le manager ou le donneur d'ordre permet d'adapter le programme à des problématiques spécifiques.

Chaque stagiaire indique un cas pratique qui sera utilisé comme exemple durant la formation.

Les stagiaires suivent la formation intra durant 2 jours dans une salle mise à disposition par leur employeur.

A l'issue de la formation les stagiaires disposent d'une assistance permanente par email, et un entretien personnalisé en visio sur demande durant 1 mois.

€ **TARIF:** 3.980€ HT pour 2 journées (de 1 à 8 stagiaires) incluant le suivi durant 1 mois.
Hors frais de déplacement et d'hébergement du formateur.



DUREE: 14 heures (9h-12h30 / 13h30-17h00).



DATES: Selon la convention et les contraintes de l'entreprise.

INTERVENANT :



Jean-François Duplaix

Consultant senior spécialisé dans la commercialisation publicitaire, la radio, la stratégie commerciale, les techniques de vente, le marketing de proximité, l'événementiel, le digital, le management et la formation d'équipes commerciales.

**100% des stagiaires
satisfaits ou très satisfaits
des sessions de formation
présentielles 2025-2026**

INSCRIPTIONS RENSEIGNEMENTS :

jf@mediaticconseils.com
www.mediaticconseils.com

MÉTHODES :

Des exemples et cas pratiques individuels sont traités durant la formation.

La pédagogie est basée sur l'illustration et l'évocation d'exemples concrets afin de permettre aux participants une participation très interactive et une mise en pratique immédiate.

Les interactions avec le formateur permettent de traiter les questions et cas particuliers spécifiques des stagiaires

La méthode pédagogique utilisée dans ce programme de formation a fait l'objet de nombreuses recherches et tests. Différentes techniques de formation ont été étudiées et testées et le fruit de ce travail a abouti à une formule simple qui répond aux problématiques suivantes :

- approche personnalisable adaptée aux profils des stagiaires,
- disponibilité et exploitabilité immédiate des outils pédagogiques,
- accessibilité des ressources (playlists, articles, liens, études, vidéos...)

ÉVALUATIONS - ASSIDUITÉ :

L'évaluation des acquis des stagiaires est effectuée à chaud en fin de session puis à froid 1 mois plus tard.

Le taux de réussite aux évaluations sera adressé aux stagiaires et au donneur d'ordre en fin de formation.

Les stagiaires recevront un certificat.

En fin de formation, un questionnaire d'évaluation de la formation sera adressé aux stagiaires et à leur manager (donneur d'ordre).

Des feuilles d'émargements sont signées par les formateurs et les participants, Mediatic Conseils conserve les éléments liés à la réalisation de la formation pour être tenus à la disposition du financeur en cas de contrôle.

En fin de formation, un questionnaire d'évaluation du formateur et de la méthode pédagogique est remis aux stagiaires.

Un échange avec le manager ou donneur d'ordre permet de dresser un bilan et de formuler des recommandations pour l'encadrement des stagiaires et l'amélioration continue du contenu de la formation.

Tous les documents peuvent être consultés sur simple demande de l'entreprise ou de l'OPCO.

Personnes en situation de handicap

Tout sera mis en œuvre pour que la formation puisse se dérouler normalement pour une personne en situation de handicap, selon les recommandations du Guide de l'accueil des personnes en situation de handicap. Les personnes en situation de handicap peuvent exprimer leurs problématiques spécifiques, besoins et attentes particulières lors du remplissage de la fiche de préparation. Pour toute formation intra, l'accès relève de l'entreprise cliente.

En cas de difficultés techniques, réclamations, les stagiaires peuvent contacter Mediatic Conseils par email à jf@mediaticconseils.com et recevront une réponse sous 48h maximum. Ils peuvent contacter le formateur par téléphone au +33 (0)7 72 77 48 67 pour les situations exceptionnelles.

V10/2026 Validité 31/12/2026

LES CLÉS D'UNE DÉMARCHE COMMERCIALE PUB RADIO-AUDIO LOCALE EXPERTE

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Ce parcours est indicatif. Il s'agit du parcours de base, qui peut être personnalisé en fonction de la situation et des attentes de chaque stagiaire et du donneur d'ordre.

Avant la formation présentielle, les stagiaires reçoivent :

- une fiche d'évaluation de leur niveau et de leurs attentes
- un accès à des ressources pédagogiques préparatoires :
 - le livre "500 questions pour vendre mieux et plus de pub radio",
 - la vidéo de la présentation "Les 7 secrets d'une stratégie radio efficace"
 - et des liens vers des ressources en ligne.

JOUR 1

8h30 > 9h00 café & présentations

9h00 > 12h30 : L'approche commerciale Experte (pause de 10h30 à 10h45)

- introduction : présentations, tour de table, affichage des attentes individuelles
- les attentes marketing des annonceurs locaux et d'une communication efficace et rentable,
- les clés de la mémoire et l'audace créative adaptée au media radio-audio,
- la qualification des prospects prioritaires, la préparation experte, prise de contact et approche directe
- la démarche commerciale et l'approche stratégique R1-R2,
- les composantes d'un brief, les objections, la proposition commerciale et les clés pour conclure une vente,

12h30 > 13h30 : Déjeuner (rapide)

13h30 > 16h30 : Les leviers de la réussite d'une campagne pub radio-audio (pause de 15h30 à 15h45)

- pas de pub réussie sans stratégie bien réfléchie, élaborer une stratégie de communication efficace
- les leviers du media radio-audio,
- une bonne création publicitaire c'est l'assurance d'une campagne réussie (exemples et décryptages)
- contextualiser la diffusion d'une campagne en fonction de l'annonceur et des cibles d'audience,
- la répétition, couverture, la communication récurrente, le ciblage contextuel, les dispositifs annuels, fil rouge & promotions ponctuelles
- la radio booster du mix media, radio & digital

16h30 > 17h00 : Questions & Conclusion

- questions & problématiques spécifiques
- point sur les réponses apportées aux attentes

JOUR 2

9h00 > 12h30 : Exercices sur des outils pédagogiques et mise en situation

- restitution par les stagiaires des points clés de la formation de la veille
- évaluateur de prospects prioritaires: chaque stagiaire réalise le scoring de 3 prospects pour pratiquer la méthode d'identification prioritaire
- préparateur de rendez-vous prospect: chaque stagiaire produit une fiche de préparation de rendez-vous en employant la méthode EXPERTE
 - qualification
 - recherche d'informations, annonceurs, marché, secteur d'activité,
 - identification du point de rupture marketing, des pain-points du prospect,
 - formulation de l'idée EXPERTE,
 - analyse des stratégies marketing locales possibles à préparer,
 - sélection d'exemples de spots pour écoute,

12h30 > 13h30 : Déjeuner (rapide)

13h30 > 16h30 : Les assistants IA (pause de 15h30 à 15h45)

- rédaction d'emails-inmails,
- production de scripts,
- utilisation des ressources de la plateforme radiopub.cloud et de son chatbot IA, pour générer des idées et des recommandations stratégiques,
- mise en forme d'une proposition commerciale experte

16h30 > 17h00 : Questions & Conclusion

- synthèse de la journée, points d'amélioration, plan d'actions
- évaluation à chaud

A l'issue de la formation, les stagiaires reçoivent un formulaire en ligne pour l'évaluation de la pédagogie du formateur et de la formation en général.

L'offre de formation Mediatic Conseils

La plaquette de présentation 2026 des formations **Mediatic Conseils** est disponible sur le site www.mediaticconseils.com et sur le blog www.radiopub.fr

Références : 44 ans de pub radio dans 34 pays & TOM

Depuis 2003 Mediatic Conseils a formé plus d'un millier de stagiaires pour le compte de centaines de medias et régies publicitaires dont :

dont : Les Indés Radios, Régie Radios Régions (Hit West, Virgin...), NRJ Global Régions, Target Spot, Clear Channel (USA), Radio ISA, Mediameeting, EG Active, Kiss FM, K6FM, La Nouvelle Régie, RTS Happy Medias, Helene FM, VOG Radio, Globule Radio, ECN, Ouest FM, Tertio (DKL, Cannes Radio...), HPI (Evasion Chante France...), J'aime Radio, Kaolin, GrafHit, Mistral FM, Montagne FM, Magnum La Radio, Oxygène FM, RCF, Tendence Ouest, Radio Isa, Europe Régie Alsace (Virgin...), Urgence Media (RMC, BFM Paris...), Top Music, Sweet Fm, Delta FM, RCF, RDL, Radio Mélodie, Est FM, Mediarun (Top Music), Lor FM, Radio 8, Maritima, Metropolis, Flash FM, Radio Lattitude, Flor FM, Normandie TV, Léman Bleu Télévision, Radio Star, Hot Radio, 100% Radio, Activ Radio, RCA, CapSao, Enjoy33, 47 FM Toulouse FM, Ci Medias (Star, Skyrock...), Radio Mont Blanc, A2PRL, Champagne FM, Vosges FM, Force 1 Publicité (Skyrock Nord, Horizon, RDL...), REM Vaucluse (Europe 2, RFM), Active Radio, AF Communication, Winmedia, Oxymedia (Totem...), AB Studio, Keops, Jingle for You, Radio Régie (Freedom, NRJ Réunion...), Régie Caraïbes N°1 (RCI Guadeloupe & Martinique, NRJ, BEL Radio) Caribavenu (Nostalgie Guadeloupe, NRJ St Martin, Radio St Barth), R2GP Guyane (NRJ, Chérie FM, Métis, Radio Péyi), MoNews, Sogupub, TNTV Tahiti, Radio1, Polynésie La 1ère, Radio Te Reo o Tefana (Tahiti), Radio One, Wazaa FM (Maurice), NRJ Nouvelle Calédonie, EGTA Bruxelles, Ultrason, Publi-Lux, Hit Radio, Chada FM, Aswat, Atlantic (Maroc), RFM Dakar, Publicitas, One FM, LFM, RTN, Fréquence Jura, RJB, Rhône FM, Radio Chablais, Radio Fribourg, Radios Communautaires du Québec, CIEU FM, Radio Gaspésie, CHGA, CIHO, FM103.3 Longueuil, CIGN, M105 Granby (Canada), Nisaa FM (Palestine), The Power Radio Group (Turquie), Radio Aswat (Maroc)...

Pour les **ONG et radios suivantes** : La Fondation Hironnelle (Radio Okapi et un réseau de 50 radios communautaires en RDCongo, Radio Star au Liberia, CTN en Sierra Leone, Radio Ndeke Luka en Centrafrique, RTB au Burkina Faso, Studio Sifaka à Madagascar...), Institut Panos Paris (Burundi), Internews (RDC, Tchad et Centrafrique), ICFJ (Guinée Conakry), Radio Nederland Training Centre (RDCongo), l'Union Européenne (Niger), JADE (Cameroun), IREX Europe (Tunisie), IBF Consulting (Côte d'Ivoire)...

Mediatic Conseils anime régulièrement des ateliers et conférences sur le thème de la monétisation des médias : Next Radio (London), Salon des Medias et du Business, Modèle économique et gestion des médias en RDC (USAID & Nkele Bantu à Kinshasa RDC), RadioTour, Paris Radio Show, Salon de la Radio, Congrès SNRL, Congrès FRPC et Convention des Indés Radios en France, Power Group Conférence (Turquie) ainsi que de nombreux ateliers annonceurs pour des régies et radios (NRJ Global Régions, Régie Caraïbes N°1, Régie Mélodie, RCA, Activ' Radio, Radio Mont Blanc, RJB, ONE FM, LFM... UNESCO Remote Week, Jours de la Radio ARCQ (Québec), Casablanca Broadcast Days (Maroc), ICFJ Conakry (Guinée), La communication humanitaire à la radio (Bangui Fondation Hironnelle), Podcasts Business (SwissRadioDay - Zurich), Araro (Fribourg)...

Qualification du personnel en charge de la formation

Mediatic Conseils a été créé par Michel Colin : 44 ans d'expérience média en Europe, États Unis, Afrique, dans des stations locales, des réseaux nationaux et internationaux (Clear Channel). Journaliste, animateur, producteur, puis directeur de médias et de régies publicitaires, Michel Colin a participé à la création et au développement de plusieurs magazines, radios, télévisions et supports hors médias. A enseigné à l'Institut de Finance et Management, Université IFM à Genève et au SAWI, Centre suisse d'enseignement du marketing, de la publicité et de la communication à Lausanne (Suisse).

Michel Colin est l'auteur du livre « **Vendre mieux et plus de publicité radio en 500 questions** » édité aux Editions HF (janvier 2017). Depuis juillet 2025, l'organisme Mediatic Conseils est dirigé par **Jean - François Duplaix**, qui a mené une solide carrière de terrain et de management au sein notamment des régies du Groupe NRJ, complété dans le digital, l'événementiel, l'entrepreneuriat et la formation. Avec + de 10 000 rendez-vous en face à face, c'est l'homme de terrain légitime pour accompagner les commerciaux radio, débutants ou experts. Spécialiste de la relation commerciale et du management, il a exercé + de 20 fonctions différentes sur tous les niveaux de marché (local, régional, national, international). Il a enseigné la publicité, le marketing et la stratégie commerciale en masters INSEEC U et anime depuis sa reprise les Masterclass et Keynote de Mediatic Conseils.

Depuis 2003 dans 34 pays et T.O.M., **Mediatic Conseils** est un organisme de formation reconnu en publicité radio, marketing et commercialisation de proximité. Nous intervenons régulièrement lors de conférences, tables rondes, ateliers sur la monétisation des médias, la transformation numérique, développement des outils de l'intelligence artificielle, la créativité publicitaire avec une expérience unique en terme de pérennisation des medias communautaires en Afrique (une cinquantaine de missions de formation pour le compte d'ONG internationales).

Mediatic Conseils édite les blogs www.radiopub.fr contenant plus de 2'000 articles sur la publicité

radio, digitale et cross média et collabore chaque mois pour le magazine professionnel www.lalettre.pro et accessoirement dans d'autres supports.

Mediatic Conseils fut l'organisateur du 1^{er} concours de création publicitaire radiophonique francophone, les Radiopub Awards – Grands Prix de la Publicité Radio, dans le cadre du Salon de la Radio à Paris.

D'autres intervenants experts interviennent régulièrement dans les modules de formation et dans le cadre de masterclass, interviews et partages d'expériences. L'équipe pédagogique est composée de **Fredérique Vey-Narce**, directrice d'ACTIV MEDIAS à Saint-Etienne intervient sur la partie Action Commerciale. **Lauriane Fondeville** social & office manager de Flash FM à Limoges couvre l'actualité du Social Selling et des Opérations Spéciales des radios locales dans la rubrique Benchmarking. **François-Xavier Delacoux**, dirigeant de RTS à Sète, insiste sur l'importance de la créativité avec des modules sur la Création Publicitaire. Afin d'assurer le plus haut niveau de compétences, Mediatic Conseils assiste ou participe régulièrement à des webinaires et des conférences, colloques d'experts internationaux, en Europe (Radiodays Europe, Swissradioday, RAIN, Salon de la Radio, Allmedias, E-Com, Big Data, Crea Digital...) et aux Etats-Unis (RadioShow, NAB, LOAC...), à des congrès professionnels (FFRC, SNRL, Indés Radios...).

Environ **150 témoignages d'entreprises et des stagiaires** sont disponibles à cette adresse : <https://mediaticconseils.com/temoignages/>



Jean François Duplaix



Frédérique Vey-Narce



François Xavier Delacoux



Lauriane Fondeville