

PLAN DE FORMATION A DISTANCE VENDRE MIEUX ET PLUS DE PUBLICITE RADIO



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 publicitaire, chargés de développement et de partenariats, responsables de promotion-communication...

OBJECTIFS

- Avoir une bonne compréhension et maîtrise des fondamentaux du marketing de proximité, l'analyse stratégique, la création publicitaire, le médiaplanning radio et les nouvelles stratégies de communication digitale.
- Être capable de mettre en application la commercialisation efficace des espaces publicitaires radio, audio digital, internet et hors média, en utilisant les nouveaux outils marketing et les nouvelles méthodes commerciales.
- Améliorer l'efficacité des campagnes et la satisfaction des clients grâce à une expertise marketing 360.
- Stimuler, motiver les vendeurs avec des idées nouvelles, des méthodes de ventes actuelles.
- Vendre plus d'engagements annuels, augmenter les contrats moyens et optimiser le chiffre d'affaires local traditionnel et digital.

DÉROULEMENT DE LA FORMATION :

- Au départ de la formation, les stagiaires reçoivent ; le programme détaillé, un tutoriel sur l'usage de la formation à distance, une fiche d'évaluation de leur niveau, de leurs attentes et problématiques spécifiques, un accès à des ressources pédagogiques et à des travaux préparatoires..
- Les stagiaires accèdent à 40 modules via la plateforme LearnBox. Chaque module est composé d'une vidéo, d'un support pédagogique en pdf et d'un quiz de validation.
- 4 visio-conférences (Zoom) avec le formateur ponctuent le parcours de formation à distance.
- Les stagiaires disposent d'une assistance permanente par email, chat et d'entretiens visio personnalisés sur demande.
- L'accès à la formation est ouvert dès réception de la convention signée puis est garanti à tout moment. La progression et l'assiduité sont contrôlées en permanence par le formateur.
- Les stagiaires choisissent librement les horaires d'utilisation de la plateforme de formation et le lieu (dans l'entreprise, sur le terrain ou à domicile).

METHODES:

Vidéos, PDF, quiz, exercices pratiques et visio-conférences avec le formateur. Pédagogie basée sur l'illustration et l'évocation d'exemples concrets afin de permettre aux participants une mise en pratique immédiate.

EVALUATIONS :

- L'évaluation des acquis des stagiaires est effectuée sous forme de quiz après chaque module et lors des entretiens avec le formateur.
- 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).



TARIF: 1'250€ HT par personne.



DUREE: 20 heures (à répartir à la convenance des stagiaires).



DATES: Selon la convention, à la convenance de l'entreprise. La formation est accessible dès validation de l'inscription.

INSCRIPTIONS / RENSEIGNEMENTS :

michelcolin@mediaticconseils.com
www.mediaticconseils.com

INTERVERNANT:

Michel Colin

Consultant senior spécialisé dans la commercialisation radio, le marketing et les médias électroniques de proximité.



V 04/2022 Validité 31/12/2022

PROGRAMME DETAILLE

**Vendre mieux & plus de
publicité radio en 2022**

Mediatic
CONSEILS

© 2022 michelcolin@mediaticconseils.com



40 MODULES / 20H00 DE FORMATION À DISTANCE

Chaque module est composé :

- d'une vidéo d'environ 10 minutes,
- d'un support pdf,
- d'un quiz de validation,
- d'exercices pratiques,

Tous les 10 modules, le stagiaire s'entretient en visio avec le formateur avant de poursuivre le parcours. La plateforme utilisée est Learnbox.

N°	CONTENUS DES MODULES
1	Qualification des prospects (se concentrer sur les contacts prioritaires à fort potentiel)
2	Plan individuel / objectifs annuels (comment définir des objectifs réalistes et ambitieux)
3	Préparation avant chaque entretien (pour gagner du temps et faire preuve d'expertise)
4	S.W.O.T. (pour une bonne analyse marketing des besoins clients)
5	Recommandation (la méthode des pros pour une prospection plus efficace)
6	Positionnement (à maîtriser pour mieux vendre les audiences segmentées)
7	Marketing mix 4p (les fondamentaux du marketing)
8	Contrats annuels 1/2 (signer plus d'engagements annuels)
9	Contrats annuels 2/2
10	Coordination antenne/promotion/commercial/digital (comment monter de belles OPS simplement)
11	Phoning 1/2 (obtenir plus de rdv plus facilement)
12	Phoning 2/2
13	L'autopromo pub (stimuler les appels entrants avec créativité – à la radio et en ligne)
14	Culture pub (la radio meilleure média en période de crise)
15	Les Ratios des vendeurs d'élite (analyser les détails pour améliorer la productivité)
16	Le zapping (perception et réalité, études)
17	Spécial restauration (arguments, chiffres clés, exemples)
18	Acheteurs (bien les connaître pour mieux les contrer)
19	Répétition 1/2 (principes, comment l'expliquer, la mesurer, les seuils d'efficacité)
20	Répétition 2/2
21	Les propositions commerciales efficaces
22	Le R1 expert (les questions prioritaires de découverte, comment signer en R1)
23	Objections 1/3 (les accepter, reprendre le contrôle avec des questions)
24	Objections 2/3 (objections classiques + 450 questions pour vendre mieux et plus de pub radio)
25	Objections 3/3 (objections médias)
26	La publicité native
27	Identités Sonores
28	Publicité contextuelle 1/2. (Définition et exemples)
29	Publicité contextuelle 2/2. (exemples de spots et de dispositifs)
30	Prise de Brief
31	Formats spots 1/3 (durée des messages, exemples de spots ultra courts, courts, standards)
32	Formats spots 2/3 (spots longs, publicité native, duo spots)
33	Formats spots 3/3 (speaks et jeux antenne, sponsoring, formats radio 2.0)
34	Sondages 1/3
35	Sondages 2/3
36	Sondages 3/3
37	Social Selling (Linkedin, visio...)
38	La commercialisation Radio + Digital
39	Les atouts
40	Rappel des fondamentaux

Adaptation des modalités et supports pédagogiques aux objectifs de la formation :

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

- Les personnels concernés ne sont disposés à suivre une formation continue qu'à la condition qu'elle soit souple et rapide, sans manipulations multiples ; les stagiaires **accèdent en un clic** au contenu de la formation. Les modules en vidéo sont **responsive design**, ils peuvent être suivis depuis un smartphone, une tablette ou un ordinateur, à la maison, au bureau ou en mobilité. Il n'y a **pas d'horaire imposé**, chacun le consulte à sa convenance.
- Les personnels concernés ne suivent avec assiduité une formation continue qu'à la condition qu'elle soit utile immédiatement et que la mise en pratique s'avère efficace ; le contenu des modules de formation répondent aux problématiques quotidiennes des stagiaires. La **mise en pratique est immédiate** et les entretiens en visio avec le formateur permettent de valider l'acquisition des compétences. Le formateur, ayant accès aux statistiques de consultation des modules peut suivre en temps réel l'évolution des stagiaires. Cela permet de relancer un stagiaire si nécessaire.

Les contenus (vidéos et supports pdf) restent accessibles en permanence, ce qui permet aux stagiaires, si nécessaire, de revenir sur un ancien module, ou en cas d'absence ou de surcharge de travail, de compiler la consultation des modules.

Le support pédagogique au format pdf contient de nombreux liens externes permettant d'accéder à de nombreuses ressources pédagogiques :

- un complément d'information, une étude, un site...
- une base de données d'exemples de spots publicitaires, de créations visuelles ou digitales...
- des documents utiles que les stagiaires pourront télécharger, utiliser, personnaliser...

Ce concept de formation continue à distance a été rôdé depuis 2016 et les taux d'assiduité et de satisfaction se sont avérés exceptionnels ;

- 98% de taux de complétion
- 95% de réussite aux tests d'évaluation des acquis
- 98% de taux de satisfaction des stagiaires

Personnes en situation de handicap

En cas de contact avec une personne en situation de handicap, tout sera mis en œuvre pour que la formation puisse se dérouler normalement 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. Les formations à distance peuvent être suivies par des personnes en situation de handicap multiples car elles sont accessibles en audio / vidéo / et support écrit. Pour les formations inter, intras, l'accès relève de l'entreprise cliente.

Contrôles de l'assiduité des stagiaires :

La plateforme LearnyBox permet de savoir en temps réel qui a ouvert, cliqué sur quel module, à quelle heure et le temps passé sur chaque module.

Une feuille d'assiduité est signée par le formateur, attestant de la date, du nombre d'heures et de l'amplitude horaire ;

- du temps passé sur les modules de formation à distance
- du temps passé lors de l'entretien téléphonique/visio d'évaluation

Les heures de mise en pratique ne peuvent pas être comptabilisées. Mais les entretiens avec le formateur permet d'évaluer l'implication du stagiaire.

En cas de problème d'assiduité ou de non réponse aux messages du formateur, des relances sont adressées aux stagiaires et donneurs d'ordre pour identifier l'origine des difficultés et afin de trouver une solution rapide.

Personnalisation de la formation :

Avant la formation

Les stagiaires remplissent un formulaire individuel en ligne qui leur permet d'indiquer :

- leur profil personnel, formations et expériences commerciales et média
 - une évaluation des compétences actuelles en matière de marketing et de méthode commerciale
 - les supports et médias sur lesquels ils interviennent, leurs secteurs géographiques
 - des informations sur les outils qu'ils utilisent, leurs tarifs, kit média, CGV, audiences...
 - leurs attentes spécifiques
 - les difficultés rencontrées sur le terrain, les questions particulières
 - un cas pratique sur lequel ils souhaitent s'exercer.
- Les personnes en situation de handicap peuvent exprimer leurs problématiques et attentes spécifiques.

Les stagiaires reçoivent un tutoriel sur le fonctionnement de la formation en ligne et les **pré-requis** :

- disposer d'une connexion internet et d'un ordinateur
- obtenir un login d'accès à la plateforme de documentation en ligne
- savoir utiliser Youtube, Skype, Zoom.

En fonction des profils, des documents complémentaires peuvent être adressés aux stagiaires afin de faciliter leur mise à nouveau sur des questions de bases.

En cours de formation

Les stagiaires peuvent contacter le formateur par email en permanence et sans restriction pour les questions urgentes, les incompréhensions, difficultés, réclamations ou pour des questions pratiques.

Les entretiens téléphoniques ou en visio, permettent un échange entre les stagiaires et le formateur. Ce dernier peut ainsi contrôler la bonne compréhension des modules de formation à distance et répondre aux questions des stagiaires. Les stagiaires font part de leurs commentaires sur les contenus des modules et peuvent solliciter un module spécifique adapté à une problématique particulière rencontrée lors de la mise en pratique des enseignements de la formation.

Evaluations des acquis, accompagnement, en cours et fin de formation :

Les entretiens téléphoniques ou en visio permettent au formateur d'évaluer la compréhension des modules, les compétences acquises et leur mise application. Les points qui ne sont pas acquis font l'objet d'une discussion entre le formateur et le stagiaire et peuvent faire l'objet d'un exercice à mettre en pratique. Les entretiens téléphoniques ou en visio permettent aussi au formateur d'être évalué par les stagiaires qui font part de leurs commentaires sur les contenus et formes des modules.

Chaque jour, les stagiaires ont la possibilité de contacter le formateur par email pour des questions urgentes ou liées à la mise en application concrète sur le terrain. En fin de formation, un quiz d'évaluation des connaissances est adressé aux stagiaires afin de compléter la mesure des compétences acquises. Ce quiz en ligne comprend aussi des questions d'évaluation du formateur et de la méthode pédagogique.

Evaluations du formateur et de la méthode pédagogique :

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

Un questionnaire distinct est également adressé au manager / preneur d'ordre afin d'évaluer l'impact de la formation sur l'activité des stagiaires.

Depuis 18 ans les formations Mediatic Conseils font l'objet de fiches d'évaluations par les stagiaires. A ce jour plus de 500 fiches ont été traitées et ont engendré, soit un échange entre le formateur et le stagiaire au sujet d'un commentaire, soit une amélioration de la méthode pédagogique. C'est ainsi que la formule des formations continues à distance a été élaborée, en réponses aux attentes des stagiaires et des entreprises. Ces fiches d'évaluations en ligne et les taux de réussite peuvent être consultés sur simple demande de l'entreprise ou de l'OPCA.

Réclamations

En cas de difficultés techniques, réclamations, les stagiaires peuvent contacter Mediatic Conseils par email à contact@mediaticconseils.com et recevront une réponse sous 48h maximum. Ils peuvent contacter le formateur par téléphone au +33 (0)6 76 15 04 05 pour les situations exceptionnelles.

L'offre de formation Mediatic Conseils

La plaquette de présentation des formations Mediatic Conseils est disponible à cette adresse : https://mediatic.ch/wp-content/uploads/2019/10/KIT-MEDIATIC-2020_compressed.pdf

L'offre de formation Mediatic Conseils est présentée et mise à jour sur le blog www.radiopub.fr et sur le site www.mediatic.ch

Références

Depuis 2003 Mediatic Conseil a formé plus d'un millier de stagiaires, pour le compte de centaines de médias et régies publicitaires dont : Les Indés Radios, Régie Radios Régions (Hit West, Virgin...), NRJ Global Régions, TargetSpot, Mediameeting, EG Active, Kiss FM, Evasion FM, ECN, Ouest FM, Tertio (Dreyeckland, Cannes Radio...), Tendence Ouest, Radio Isa, Europe Régie Alsace (Virgin...), Urgence Media (RMC, BFM Paris...), Top Music, Sweet Fm, Delta FM, RCF, RDL, Mélodie, Est FM, Lor FM, Radio 8, Maritima, Metropolis, Normandie TV, Léman Bleu Télévision, Radio Star, Hot Radio, 100% Radio, Activ Radio, RCA, CapSao, Enjoy33, Toulouse FM, Ci Medias (Star, Skyrock...), Radio Mont Blanc, Champagne FM, Oxygène, Force 1 Publicité (Skyrock Nord...), Urgence Media, CI Media, Winmedia, Oxymedia (Totem...), AB Studio, Keops, Jingle for You, Radio Régie (Freedom, NRJ Réunion...)... RCI Caraïbes, NRJ Belgique, NRJ Nouvelle Calédonie, EGTA Bruxelles, Hit Radio, Chada FM, ASWAT & Atlantic (Maroc), RFM Dakar, Publicitas, One FM, LFM, RTN, Fréquence Jura, RJB, Rhône FM, Radio Chablais, Rouge FM, WRS, Mountain Radio (Suisse), les Radios Communautaires du Québec (Canada), Nlsaa FM (Palestine)...

Pour les ONG et radios suivantes : La Fondation Hirondelle (Radio Okapi et un réseau de 50 radios communautaires en RD Congo, Radio Star au Liberia, CTN en Sierra Leone, Radio Ndeke Luka en Centrafrique, RTB au Burkina Faso...), Institut Panos Paris (Burundi), Internews (Tchad et Centrafrique), ICFJ (Guinée Conakry), Radio Nederland Training Centre (RD Congo), l'Union Européenne (Niger), IREX Europe (Tunisie)...



Qualification du personnel en charge de la formation

La formation est animée par Michel Colin : 38 ans d'expérience média en Europe, Etats 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. Membre du Radio Advertising Bureau (USA) et de la Fédération Romande de Publicité (Suisse). 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).

Vidéo de présentation du formateur : <https://youtu.be/plth-mRcF1Y>

Consultant Senior International depuis 2003 dans 25 pays et T.O.M., Michel Colin est un expert reconnu en publicité radio, marketing et commercialisation de proximité. Il intervient régulièrement lors de conférences, tables rondes, ateliers sur la monétisation des médias, la transformation digitale, la créativité publicitaire. Il possède une expérience unique en terme de pérennisation des médias communautaires en Afrique, où il a effectué une cinquantaine de missions de formation pour le compte d'ONG internationales.

Editeur des blogs www.radiopub.fr et www.radiopubAfrica.com il a rédigé plus de 1200 articles sur la publicité radio, digitale et cross média.

Michel Colin écrit aussi chaque mois dans le magazine professionnel www.lalettre.pro et accessoirement dans d'autres supports.

Il est l'auteur du livre « Vendre mieux et plus de publicité radio en 500 questions » édité aux Editions HF (janvier 2017).

Michel Colin est l'organisateur du 1^{er} concours de création publicitaire radiophonique francophone, les Radiopub Awards – Grands Prix de la Publicité Radio, dont la remise des prix se déroule chaque année en janvier lors du Salon de la Radio à Paris.

En 2016, Michel Colin contribue au lancement de la start-up Labmedia, agence de webmarketing spécialisée dans la transformation digitale, le développement commercial et marketing des médias.

D'autres formateurs ou intervenants experts interviennent régulièrement dans le programme.

Afin d'assurer le plus haut niveau de compétences, le formateur 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 : <http://www.radiopub.fr/temoignages/>
- Le CV et plus de détails sur le formateur sont disponibles à cette adresse : <http://www.radiopub.fr/a-propos-michel-colin/>