Les Clés d'une démarche commerciale pub radio audio locale experte

Développer les compétences commerciales à l'ère de l'audio digital et de l'intelligence artificielle

Formation présentielle intra entreprise - 2 jours - 14 heures

Cette formation accompagne l'adaptation des métiers commerciaux des radios et régies locales à la transition numérique. Elle développe la démarche conseil, la commercialisation de solutions associant radio et audio digital, ainsi que l'utilisation d'outils numériques et d'intelligence artificielle pour préparer la prospection, construire des recommandations et suivre les campagnes. Les mises en pratique visent à améliorer la pertinence des propositions, la fidélisation des annonceurs et les possibilités de revenus du média.

Public

Professionnels des médias et régies publicitaires locaux et régionaux, débutants ou expérimentés : commerciaux, chefs de publicité, dirigeants, managers, responsables marketing, de développement ou de partenariats, équipes de communication, de création et de production contribuant à la commercialisation.

Prérequis

Aucun prérequis de diplôme. Exercer ou préparer une activité liée à la commercialisation publicitaire locale. Un questionnaire de préparation permet de situer le niveau, les attentes et les besoins d'adaptation. Les participants doivent être disponibles pendant les deux journées.

Objectifs opérationnels

Cette formation vise à renforcer l'autonomie et l'expertise des participants pour mieux conseiller les annonceurs locaux, valoriser les solutions radio et audio digitales et développer leur portefeuille commercial.

Elle contribue au développement des compétences suivantes, selon le niveau initial et l'implication de chaque participant dans leur mise en pratique :

Analyser une problématique de communication locale : identifier les publics, les besoins, les objectifs de l'annonceur et les comportements qu'il souhaite susciter.

Argumenter la pertinence de la radio et de l'audio digital : sélectionner les formats et points de contact pertinents sélon les objectifs et expliquer leur contribution à l'attention, à la mémorisation, à la confiance et à l'action.

Orienter la création d'un message publicitaire : préparer un brief créatif et apprécier la cohérence du message, de l'identité sonore, du format et de l'appel à l'action avec l'objectif recherché.

Construire une recommandation de campagne : articuler ciblage, contexte d'écoute, répétition, récurrence et complémentarité des médias, en tenant compte du budget et du calendrier de l'annonceur.

Utiliser les ressources numériques pour préparer une prospection ciblée : qualifier les prospects prioritaires, rechercher des informations utiles, la visibilité en ligne et organiser ces éléments pour préparer une rendez-vous.

Structurer la découverte et la prise de brief : utiliser la démarche R1-R2 et les composantes BASIC pour préciser le budget, l'ambition, le décisionnaire, l'idée et le calendrier du projet.

Présenter et défendre une proposition commerciale : relier le problème identifié à une solution claire et argumentée, adapter son discours, traiter les objections et rechercher un engagement.

Exploiter des indicateurs de campagne radio digitale : distinguer les données de diffusion, d'exposition, d'engagement et de réponse ; sélectionner des indicateurs utiles à l'annonceur et les interpréter dans un bilan.

Organiser le développement et la fidélisation du portefeuille : définir des routines de préparation, de relance et de suivi, proposer des idées nouvelles et favoriser les collaborations récurrentes.

Mediatic Conseils SAS - 132 rue Fondaudège, 33000 Bordeaux
SIRET 885 212 704 00039 - RCS Bordeaux - TVA FR60885212704
Déclaration d'activité 75331828333 - Certificat Qualiopi 7212-5 - Actions de formation - AFDAS 69951

Mobiliser un outil d'intelligence artificielle dans une mission commerciale ou créative : formuler une demande structurée pour préparer une approche experte ; interpréter et opitmiser les résultats obtenus en préservant la confidentialité des informations.

L'actualisation des pratiques commerciales et l'adaptation aux évolutions numériques contribuent à renforcer l'employabilité et à soutenir le maintien dans l'emploi. Les résultats commerciaux dépendent du contexte et des conditions de mise en application.

Caractéristiques	Organisation
Modalité et effectif	Présentiel intra entreprise : 2 à 8 participants
Durée	14 heures pédagogiques réparties sur deux jours, hors pauses et déjeuners.
Dates et lieu	Dates de début et de fin et lieu précisés dans la convention.

Contenu et déroulement pédagogique

Le contenu est adapté en amont aux besoins de l'entreprise et au niveau du groupe. Les cas professionnels apportés par les participants servent de supports aux échanges et aux exercices. Les durées ci-dessous intègrent les activités d'application, les synthèses et les évaluations.

Jour 1 - Comprendre et savoir mobiliser les Clés de l'Efficacité Publicitaire radio et audio locale

Matin : 9h-12h30 - Accueil et introduction

- Présentation de la démarche commerciale experte et recueil des attentes individuelles
- Mise en perspective du marché publicitaire et des enjeux de la communication locale actuels
- Évolution des usages et du parcours consommateur : articulation entre écoute radio, audio digital, recherches en ligne et points de contacts locaux,
- Formats et contextes de diffusion : adapter le message aux usages radio, streaming et podcasts.
- Analyse des conditions d'une communication locale efficace
- Clé 1 : L'Attention : le pouvoir du son
- Clé 2 : L'Émotion : l'efficactié de la créatiion publicitaire
- Clé 3 : L'Imaginaire : la création d'images mentales et le récit publicitaire

Après-midi : 13h30-17h30 - Diffusion, complémentarité et stratégie de campagne

- Clé 4 : La Mémoire : articuler dans un contexte d'écoute, émotion, répétition et récurrence
- Clé 5 : La Mobilité : situer la radio et l'audio dans le quotidien et les contextes d'écoute
- Clé 6 : La Confiance : la parole, la voix, la cohérence du message
- Clé 7 : La Puissance : Adapter la pression publicitaire aux objectifs et aux temps forts
- Clé 8 : La Complémentarité : optimiser le mix media radio audio et digital
- Clé 9 : La Rentabilité : articuler durée, répétition et récurrence pour la mémorisation et la réputation
- Clé 10 : La Réactivité : exploiter la souplesse du media pour produire des idées spécifiques
- Clé 11 : La Conversion : relier cible, contexte et réaction
- Clé 12 : La Responsabilité : la dimension humaine et territoriale
- Clé 13 : La Proximité : valoriser la connaissance des publics et des territoires
- Identifier et construire l'approche stratégique des annonceurs
- Synthèse des acquis de la journée et bilan à chaud

Mediatic Conseils SAS - 132 rue Fondaudège, 33000 Bordeaux
SIRET 885 212 704 00039 - RCS Bordeaux - TVA FR60885212704
Déclaration d'activité 75331828333 - Certificat Qualiopi 7212-5 - Actions de formation - AFDAS 69951

Jour 2 - Mettre en pratique et structurer son action

Matin : 9h-12h30 - De la prise de contact à la conclusion

- Réactivation des fondamentaux et articulation du temps court avec la planification commerciale.
- Démarche R1-R2 : objectif de la prise de contact, découverte, prise de brief, proposition et engagement.
- Questionnement, écoute et reformulation pour identifier les priorités de l'annonceur.
- Structuration du brief avec BASIC : Budget, Ambition, Signataire, Idée et Calendrier.
- Proposition commerciale BISE : Belle présentation valorisante, Idée pertinente, Simplicité et Efficacité.
- Argumentation, motivations d'achat et adaptation du discours à l'interlocuteur.
- Traitement des objections, identification des freins à la décision et étapes de conclusion.
- Suivi après RV et diffusion : engagements, qualité du message, bilan, relances et fidélisation.

Après-midi : 13h30-17h30 - Préparation experte et mise en application

- Analyse du parcours des clients locaux : visibilité, choix, mémorisation, activation et suivi.
- Qualification des prospects prioritaires à l'aide d'un outil d'évaluation.
- Rechercher vérifier organiser les infos issues de sources numériques pour qualifier un prospect
- Pain-points et points de rupture marketing : formulation d'hypothèses à vérifier en rendez-vous.
- Préparation experte et méthode d'approche ; utiliser l'IA comme outil opérationnel pour s'entraîner.
- Sélectionner des indicateurs de suivi et définir une routine d'utilisation des outils dans son quotidien.
- Synthèse des acquis de la journée et bilan à chaud.
- Synthèse des acquis des deux journées, autoévaluation à chaud et questionnaire de satisfaction distinct.

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

Horaires et durée

Les horaires sont indiqués à titre indicatif pour un total de 14 heures, hors pauses et déjeuners. Les horaires définitifs sont confirmés dans la convocation en préservant ce temps pédagogique. La répartition des activités peut être ajustée aux échanges et aux besoins du groupe, en conservant les objectifs et la durée.

Méthodes accompagnement et évaluation

Préparation et personnalisation

Envoi d'un questionnaire de préparation au moins 7 jours avant le début de la formation. Il recueille le positionnement initial, les attentes, les situations professionnelles à travailler et les éventuels besoins d'adaptation. Le formateur peut éventuellement mettre à disposition des stagiaires des ressources pédagogique à consulter et leur proposer un travail préparatoire ou des exercices de mise en application.

Un échange avec le manager ou le donneur d'ordre permet de préciser les priorités de l'entreprise.

Dans le but de renforcer l'ancrage opérationnel de cette formation, le formateur peut être amené à confier aux stagiaires des exercices facultatifs complémentaires de mise en application. Les temps de préparation et de mise en application après la rencontre présentielle ne sont pas comptabilisés dans les 14 heures de présentiel.

Mediatic Conseils SAS - 132 rue Fondaudège, 33000 Bordeaux
SIRET 885 212 704 00039 - RCS Bordeaux - TVA FR60885212704
Déclaration d'activité 75331828333 - Certificat Qualiopi 7212-5 - Actions de formation - AFDAS 69951

Méthodes et moyens pédagogiques

La pédagogie associe apports méthodologiques, exemples du marché publicitaire local, écoutes et décryptages de campagnes, échanges d'expériences, études de cas et exercices individuels ou collectifs. Les mises en pratique intègrent la recherche d'infos en ligne, l'utilisation guidée d'un outil IA et la préparation de recommandations associant radio et digital et permettent de relier les méthodes aux problématiques des participants. Le formateur apporte des retours et des pistes d'ajustement au fil des activités.

Les supports et outils utiles à la mise en application sont remis ou partagés sous format numérique. L'entreprise qui met à disposition les locaux pour la formation garanti l'accès à un réseau internet haut-débit. Un ordinateur portable par participant est recommandé; un équipement partagé peut être convenu en amont.

Évaluation des acquis

L'évaluation repose sur trois questionnaires individuels d'autoévaluation des compétences : avant la formation, pour situer le niveau initial ; à chaud, en fin de session, pour apprécier la progression perçue pendant les deux journées ; à froid, au moins 30 jours après la formation, pour apprécier la mise en application et l'évolution de l'autonomie. Les exercices et les échanges avec le formateur complètent cette appréciation.

Un quatrième questionnaire, distinct, recueille la satisfaction des participants sur le contenu, l'animation et les conditions de formation.

Suivi de la réalisation et documents remis

Des feuilles d'émargement sont signées par les participants et le formateur pour chaque demi-journée. Les absences ou difficultés de participation sont signalées à l'entreprise pour rechercher une solution adaptée. Les justificatifs de réalisation et d'évaluation sont conservés par Mediatic Conseils.

Une attestation de fin de formation et un certificat de réalisation sont établis à partir de la participation effectivement justifiée. Cette formation ne prépare pas à une certification professionnelle ni à un diplôme.

Accompagnement et bilan après la session

Un accompagnement par email est inclus pendant un mois après la session pour les questions de mise en application, avec un entretien individuel en visioconférence sur demande. Cet accompagnement ne s'ajoute pas aux 14 heures de présentiel.

La satisfaction des participants est recueillie séparément de l'évaluation des acquis. Les appréciations du manager ou du donneur d'ordre sont également sollicitées.

Accès au programme et conditions pratiques

Inscription et délai d'accès

L'inscription intervient après échange sur les besoins et signature de la convention précisant les participants, les dates de début et de fin, le lieu et le budget. La date de démarrage est convenue selon les disponibilités de l'entreprise et du formateur, en prévoyant l'envoi du questionnaire de préparation au moins 7 jours avant la session. Les informations pratiques et la convocation sont communiquées avant le démarrage.

Tarification forfaitaire

Durée	Tarification forfaitaire : 2 à 8 participants par session
2 jours : 14 heures	3 600 € HT

Le forfait inclu, pour le groupe, la préparation, les supports, les évaluations et le suivi pendant un mois.

Mediatic Conseils SAS - 132 rue Fondaudège, 33000 Bordeaux
SIRET 885 212 704 00039 - RCS Bordeaux - TVA FR60885212704
Déclaration d'activité 75331828333 - Certificat Qualiopi 7212-5 - Actions de formation - AFDAS 69951

Les frais de déplacement et d'hébergement du formateur sont en supplément et précisés dans la proposition commerciale et la convention.

La convention indique le montant HT, la TVA applicable, le montant TTC et les modalités de règlement. Un financement AFDAS ou autre OPCO peut être sollicité selon les règles du dispositif et sous réserve de l'accord du financeur.

Salle et équipements

L'entreprise met à disposition une salle adaptée au nombre de participants et équipée d'un écran ou vidéoprojecteur permettant la diffusion audio et vidéo et en ligne de supports pédagogiques.

Une connexion internet et un dispositif d'écoute adapté aux exemples audio sont prévus avec l'entreprise. La configuration de la salle et les équipements nécessaires sont vérifiés en amont avec le donneur d'ordre.

Formateur responsable du programme

Jean-François Duplaix, consultant et formateur, dispose d'une expérience de terrain et de management commercial, notamment au sein des régies du groupe NRJ. Son parcours associe commercialisation publicitaire, marketing de proximité, recrutement et management d'équipes pluridisciplinaires, ainsi que développement de projets dans le digital et l'événementiel. Il assure la préparation, l'animation et le suivi de cette formation.

Offre de formation et retours d'expérience

Depuis 2003, Mediatic Conseils accompagne les médias et régies publicitaires dans le développement de leurs compétences commerciales, créatives et marketing. Cette formation s'appuie sur l'expérience de terrain et les pratiques de la publicité locale. L'ensemble de l'offre est présenté sur www.mediaticconseils.com.

Environ 150 témoignages d'entreprises et de stagiaires sur les formations de Mediatic Conseils sont consultables sur https://mediaticconseils.com/temoignages/. Ces retours concernent l'ensemble de l'offre de formation.

Accessibilité

Les personnes en situation de handicap peuvent signaler leurs besoins à Jean-François Duplaix dès la préparation. Les adaptations des supports, du rythme et des activités sont étudiées individuellement ; une expertise ou une orientation adaptée est mobilisée si nécessaire. Les possibilités d'adaptation sont confirmées avant l'inscription. L'accessibilité du lieu est examinée avec l'entreprise qui accueille la formation.

Information difficultés aléas et réclamations

Toute difficulté, tout aléa ou toute réclamation peut être adressé à jf@mediaticconseils.com. Une réponse est généralement fournie sous 48 heures. Les solutions sont examinées avec les personnes concernées et le donneur d'ordre si nécessaire.

Pour toute information sur les formations et leurs modalités : Jean-François Duplaix jf@mediaticconseils.com tel 07.72.77.48.67

Mediatic Conseils SAS - 132 rue Fondaudège, 33000 Bordeaux
SIRET 885 212 704 00039 - RCS Bordeaux - TVA FR60885212704
Déclaration d'activité 75331828333 - Certificat Qualiopi 7212-5 - Actions de formation - AFDAS 69951