

Concevoir un spot radio efficace

Formateur :

Michel Colin : Consultant indépendant qui intervient depuis 6 ans dans de nombreuses stations FM. 30 ans d'expérience radio en Italie, France et Suisse, Afrique, USA dans des stations locales, des réseaux nationaux et internationaux (Clear Channel). Membre du Radio Advertising Bureau et du NAB (USA).

Informations :

Pour plus d'informations sur le contenu de la formation, contactez Michel Colin au **+33 6 76 15 04 05** www.mediatric.ch ou par email : michelcolin@mediatic.ch Blog : www.radiopub.fr

Durée :

1 jour (9h-17h) 7 heures

Lieu : In situ.

Salle de conférence avec tables en U, vidéo projecteur, haut-parleurs HiFi, paper board, feutres de couleurs, eaux minérales...

Prochaines dates :

À convenir

8 participants maxi par session

Méthode pédagogique :

Exposés, écoutes de spots, échanges interactifs et exercices pour une mise en pratique immédiate.

Une documentation est remise aux participants.

Profil des participants :

Rédacteurs publicitaires, producteurs, animateurs, commerciaux, assistantes commerciales, chargés de promotion, chefs de projets, planificateurs, managers commerciaux et directeurs de station qui n'ont jamais reçu de formation spécifique sur la création publicitaire radio.

Objectifs :

- ▶ Etudier les techniques de rédaction, conception publicitaire radio
- ▶ Améliorer la créativité et la qualité des messages radio locaux
- ▶ Améliorer l'efficacité des campagnes et la satisfaction de vos clients

Programme :

I. La magie de la radio

Le théâtre de l'esprit
Le pouvoir et la puissance du média

II. Création et médiaplanning

Le bon message dans le bon contexte
Les formats publicitaires radios
Les habitudes d'écoute radio
Neuromarketing, mémorisation, répétition, cycles d'achats

III. La récolte des éléments

La fiche de brief
Les questions essentielles
La relation client/studio/radio

IV. Les règles juridiques

V. 26 conseils illustrés pour concevoir, rédiger et produire un spot efficace

Raconter une histoire, tester les idées, capter l'attention en 5 secondes
Produire plusieurs démos et des spots spécimen
Diriger des comédiens pas des speakers
Se mettre dans la peau de l'auditeur
Comprendre le bénéfice auditeur, connecter le consommateur
AIDA
Bénéfices vs Spécificités
Exploiter les émotions
Parler en images
Identité sonore, branding musical et vocal
Un seul message par spot, un seul chemin d'achat
Un débit modéré, une durée adaptée, des traductions
Ecrire en musique, en bruitages, en associations d'idées
Exploiter les faiblesses
Dialogues et sagas

VI. Erreurs trop fréquentes et clichés

VII. Documentation

Etudes et enquêtes d'efficacité
Rhétorique
Ouvrages
Écoutes de bons et mauvais exemples de spots

Options sur une seconde journée :

Atelier créatif
Exercices de rédaction, conception
Conférence clients sur l'efficacité de la publicité radio