

Construire une stratégie promo qui génère audience et revenus

vendredi 19 octobre 2012 - Paris



Formateur :

Michel Colin :
Senior Consultant
indépendant expert en
publicité radio.

Intervenant :

Stéphane Rovera :
Responsable
communication &
institutionnels

Informations et inscriptions :

06 76 15 04 05

michelcolin@mediatic.ch

Lieu : Paris

Horaires : 10h-17h30

Témoignages de participants :

www.radiopub.fr

www.mediatic.ch

Investissement :

600 euros HT par personne
Formation agréée.

Une convention vous sera
envoyée pour votre
demande de prise en
charge AFDAS.

(8 participants minimum /
10 maximum par formation)

Objectifs :

- Maîtriser les fondamentaux du marketing de proximité (médias, hors médias, réseau sociaux...)
- Construire une stratégie de promotion efficace pour la station
- Découvrir des exemples d'Opérations Promo réussies génératrices de revenus

Profil des participants :

Vendeurs locaux et régionaux, débutants, juniors autant que les seniors expérimentés, assistantes commerciales, chargés de promotion, chefs de projets, managers commerciaux et directeurs de station.

Programme :

I. Préparation préalable

- Fiche de préparation en ligne / attentes individuelles / cas pratiques à étudier lors de la formation
- Articles à consulter sur le blog Radiopub.fr

II. Les fondamentaux du marketing de proximité

- Positionnement, Marketing Mix, SWOT, USP
- Médias locaux, hors média et réseaux sociaux
- Les bases de données
- Les RP, les incentives annonceurs

III. Le plan d'action marketing

- Définir une stratégie, des moyens, pour une promotion efficace de la station
- Organiser un planning annuel
- Coordonner antenne et marketing
- Rédiger des offres valorisantes
- Bien vendre les partenariats

IV. 20 exemples d'opérations promotionnelles radio qui génèrent de l'audience et des revenus

- Les OPs radio + Internet
- La radio et les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Foursquare...)
- La radio et le marketing direct (street marketing, coupons, road show...)
- La radio et le mobile (sms, bluetooth, géolocalisation, photos...)
- La radio et l'événementiel local (animations, spectacles...)
- Les jeux concours (automobile, bricolage, voyages...)
- Le sponsoring, placement de produits, les contenus qui rapportent....
- ...

V. Documentation, liens utiles

