

# Vendre mieux et plus de publicité radio

**lundi 15 et mardi 16 octobre 2012 - Paris**



**Formateur :**  
Michel Colin :  
Senior Consultant  
indépendant qui  
intervient depuis 8 ans  
dans de nombreuses  
stations FM. 30 ans  
d'expérience radio en  
Italie, France, Suisse,  
Afrique, USA, dans des  
stations locales, des  
réseaux nationaux et  
internationaux.

**Informations et  
inscriptions :**  
**06 76 15 04 05**  
[michelcolin@mediatic.ch](mailto:michelcolin@mediatic.ch)

**Lieu :** Paris

**Témoignages de  
participants :**  
[www.radiopub.fr](http://www.radiopub.fr)  
[www.mediatic.ch](http://www.mediatic.ch)

**Investissement :**  
**900 euros HT** par  
personne incluant la  
formation et le repas  
de midi.

Formation agréée.  
Une convention vous  
sera envoyée pour  
votre demande de prise  
en charge AFDAS.  
Déplacement et nuit  
d'hôtel à votre charge.

(8 participants  
minimum / 10  
maximum par  
formation)

## Objectifs :

- Offrir aux commerciaux une formation unique sur la vente d'espace publicitaire radio
- Maîtriser les fondamentaux de la conception et de la planification radio
- Augmenter votre chiffre d'affaires annuel en optimisant votre potentiel local
- Améliorer l'efficacité des campagnes et la satisfaction de vos clients
- Stimuler, motiver vos vendeurs avec des idées nouvelles, des méthodes de ventes actuelles

## Profil des participants :

Vendeurs locaux et régionaux, débutants, juniors autant que les seniors expérimentés qui n'ont jamais reçu de formation spécifique sur la commercialisation efficace du média radio. Assistantes commerciales, planificateurs pub, producteurs, chargés de promotion, managers commerciaux et directeurs de station.

## Programme :

### I. Préparation

- Fiche de préparation en ligne / attentes individuelles / cas pratiques à étudier lors de la formation

### II. Comprendre le média et le comportement des auditeurs

- Les facteurs de réussite d'une campagne radio / La magie de la radio / Visualiser la puissance de votre media
- Bien comprendre les habitudes d'écoute (horaire, semaine, WE, lieux...) / Utilisations stratégiques de la radio

### III. Produire un spot efficace

- Les fondamentaux / Poser les bonnes questions, manager les attentes du client, recueillir un bon brief client
- Concevoir, rédiger, produire des spots qui marchent / formats publicitaires / Les 7 erreurs à éviter
- Intégrer création et planification
- Attention aux clichés et idées reçues contre-productives / Ecoute de bons et de mauvais exemples

### IV. Vendre et planifier une campagne efficace pour le client

- Les fondamentaux / Les cycles d'achat, le branding, la récurrence, les stratégies annuelles
- Impacter des consommateurs de manière répétitive, obtenir des retours mesurables
- La planification radio, répétition et couverture, seuils minimum
- Combien de spots, de quelle durée, à quels moments, combien de jours ?
- Exemples de stratégies de planification ponctuelles et récurrentes / campagnes mix media, cross media

### V. Stratégie commerciale

- Vendeur mono support ou multiplateforme, cross media ?
- Les cycles de ventes
- Une préparation professionnelle, les attentes des clients, des idées et solutions à revendre
- Identification et qualification des meilleurs prospects et secteurs d'activités à développer
- Le planning commercial annuel, la pige, les recommandations, les réseaux relationnels
- Objectif : 30 clients par vendeur à l'antenne chaque mois / Ratios et rendement commercial
- Vendre plus de contrats annuels, de campagnes longues durées
- Un fichier à jour et bien géré

### VI. Vendre mieux et plus rapidement

- Obtenir facilement un rendez-vous par téléphone
- Le rendez-vous constructif, créatif, la négo enthousiaste
- La découverte experte, savoir poser les questions essentielles / La vente en questions ©
- Savoir parler de retours sur investissement (quantifier, valoriser)
- Mieux qu'un devis, la proposition SOSI sur une page
- Répondre sereinement à toutes les objections
- Vendre c'est conclure
- Fidéliser les clients avec un bon service

### VII. Documentation, liens utiles, exemples de campagnes