

PLEIN DE
NOUVELLES
IDÉES !

les fondamentaux de la commercialisation radio en 2020

Michel Colin
Mediatic
CONSEILS

© 2020 www.mediatic.ch



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 (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)
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	Les atouts du média radio
38	La radio booster du cross media
39	Radio & Facebook
40	Rappel des fondamentaux