

COMMUNIQUER EN RADIO

Formation professionnelle personnalisable en Intra-entreprise



OBJECTIFS COMPÉTENCES VISÉES

- Appréhender le media Radio dans sa globalité et comprendre son impact sur le marché publicitaire (chiffres clés du secteur)
- Savoir construire et évaluer un plan Radio dans le cadre d'une stratégie de communication
- Mettre en place des synergies entre le media Radio et les leviers du digital dans le cadre d'une stratégie media globale



PUBLICS VISÉS

Dirigeants, Service communication,
Service marketing



PRÉREQUIS

Investir en communication sur les médias,
connaître ses cibles et savoir définir ses
objectifs



MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Un support de formation complet
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert salarié de Good Buy Media
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



DURÉE

1 JOUR = 7 HEURES



MODALITÉS D'ÉVALUATION

Attestation de formation individuelle
remise en fin de formation



PROGRAMME

Le marché de la Radio en France

- Le marché publicitaire Radio (chiffres clefs du media, acteurs et univers)
- Paysage Radio
- Le rôle de la Radio et son impact
- Les nouveaux usages et leurs impacts sur la consommation du media : modes diffusion (streaming, ROD, RNT)

Les technicités du media Radio

- La mesure de l'audience (mediamétrie, panel)
- Comprendre et analyser les indicateurs d'un plan Radio : vocabulaire, mesure
- Offre et supports : analyse et choix
- Grands principes et usages stratégiques du media : la Radio jouée seule ou complémentarité plurimédia ?

Du brief à la diffusion de la campagne

- Les outils de mediaplanning : comment faire sans ?
- Construire et élaborer un plan radio
- Analyser et optimiser un plan : performances mediaplanning
- Achat, réservation, bilan