



# 8 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 clés 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