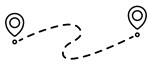






FORMATION VENDRE L'OBJET MEDIA

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION « VENDRE L'OBJET MEDIA » :

ACQUÉRIR LES CONNAISSANCES ET COMPÉTENCES DE BASE POUR POUVOIR PRENDRE LE BRIEF 'UN CLIENT ET SAVOIR Y REpondre DE FACON PROFESSIONELLE

ENSEIGNEMENT	NIVEAU	OBJECTIFS PRINCIPAUX	TARIF NET (*)
 Distantiel	 Débutant	 Maîtriser les fondamentaux de l'objet média  Choisir la ou les technique(s) de marquage adaptée(s) au produit proposé au client  Produire une fiche de brief complète sans oublier d'information	Tarif Intra (Groupes de 6 à 12 personnes) Prix par entreprise Adhérent : 3 600 € (prix par jour : 1 800 €) Non - adhérent : 3 900 € (prix par jour : 1 950 €)
PREREQUIS	CODE FORMATION		
De formation commerciale / assistant(e) commercial(e) . Curieux, à l'écoute et bienveillant Être à l'aise avec les outils informatiques de base (pack office, internet) et le numérique plus généralement.	312		
	DUREE		Tarif Inter (Groupes de 6 à 12 personnes) Prix par personne Adhérent : 1 000 € (prix par jour : 500 €) Non - adhérent : 1 400 € (prix par jour : 700 €)
	2 jours		

(*) Les tarifs s'entendent hors frais de déplacement du formateur



LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

Vous venez de rejoindre une entreprise spécialisée dans la communication par l'objet, mais vous avez peu ou aucune expérience dans ce domaine ?

Cette formation a pour objectif d'aider les nouveaux employés à acquérir les fondements du métier en seulement deux jours, y compris les aspects techniques et le vocabulaire spécifique. Elle vise également à enseigner comment encadrer la demande du client de manière à répondre de manière optimale à ses besoins. Une analyse précise et ciblée de la demande client permet d'adapter au mieux l'offre, augmentant ainsi les chances de remporter des contrats.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Commerciaux
- Assistant(e)s commercial(e)s
- ADV



FORMATION VENDRE L'OBJET MEDIA

EN RÉSUMÉ

Qu'est ce qu'un objet publicitaire ? Comment le personnalise-t-on ? Les clés d'un brief client complet



PROGRAMME

Partie 1 : Autour de l'objet

Appréhender l'environnement de l'objet média (notions de base et intervenant dans le processus de commande)

Qu'est-ce que c'est ? A quoi ça sert ? Qu'est-ce qu'un logo ? un marquage ? A quelles occasions offre-t-on un objet média ? Quels sont les différents acteurs du métier ? A quel moment interviennent-ils ?

Partie 2 : Autour du marquage

Quelles sont les principales techniques de marquage ?
Quel marquage pour quel objet ?

Partie 3 : Autour du client

Que doit contenir un brief client pour optimiser une offre et y répondre



ÉVALUATION

ÉVALUATION J-7 : QUESTIONNAIRE D'ENTREE EN FORMATION

JOUR J : ÉVALUATION DES ACQUIS A LA FIN DE CHAQUE SEQUENCE ET EN FIN DE FORMATION

J+30 : RETOURS D'EXPERIENCE

Les techniques d'animation

- Quiz d'évaluation
- Co construction d'un padlet
- Etudes de cas
- Support de formation déroulé par la formatrice

Les points forts de la formation

Les échanges entre les participants permettent de favoriser l'apprentissage collaboratif et de partager les expériences de chacun. Les études de cas concrets permettent aux participants de s'appropriier les concepts de l'objet média et d'être opérationnels plus rapidement.