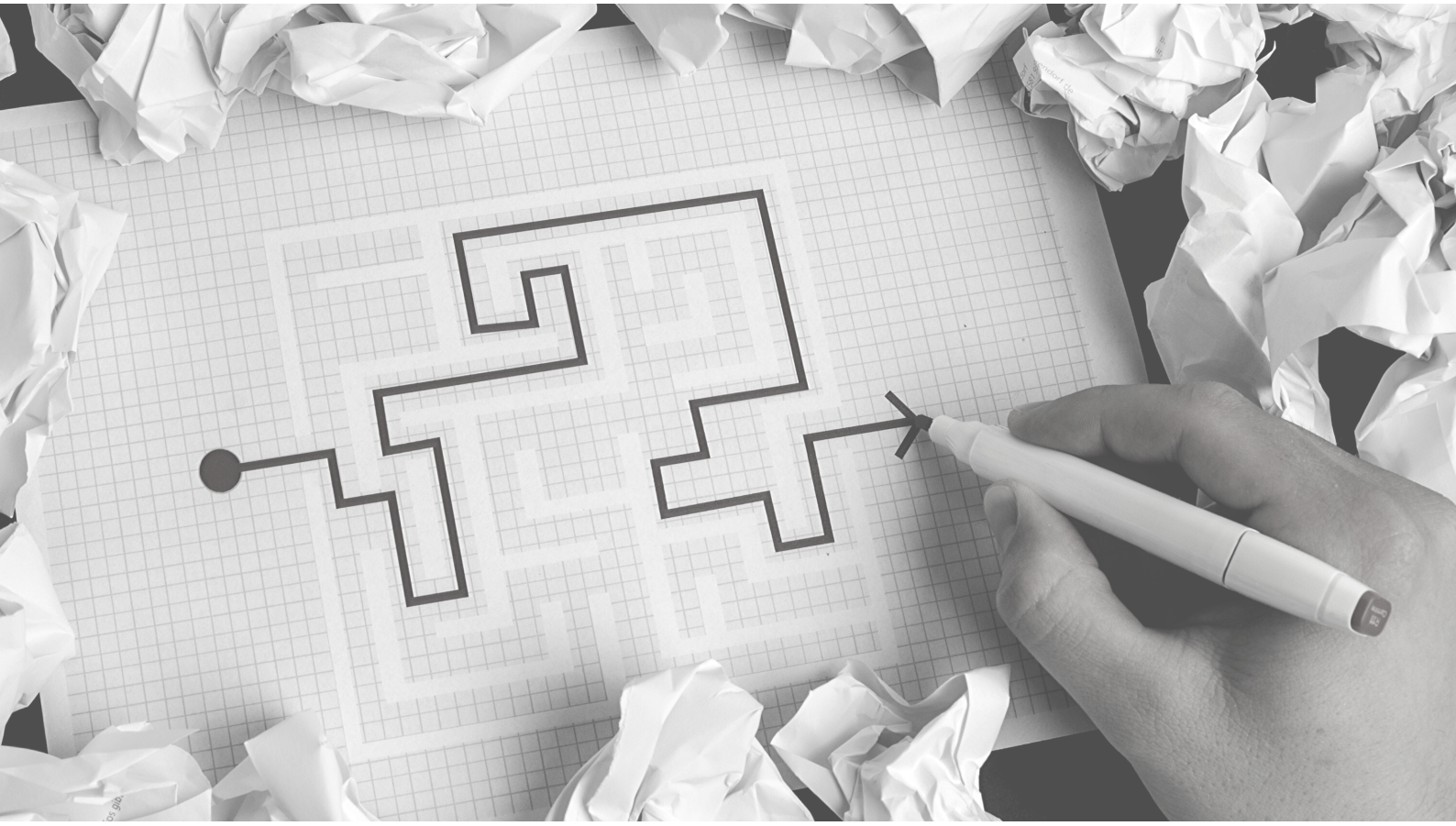
FORMA'UP
CONSEIL - FORMATION - ACCOMPAGNEMENT

CATALOGUE DE FORMATIONS

100% MÉDIAS LOCAUX



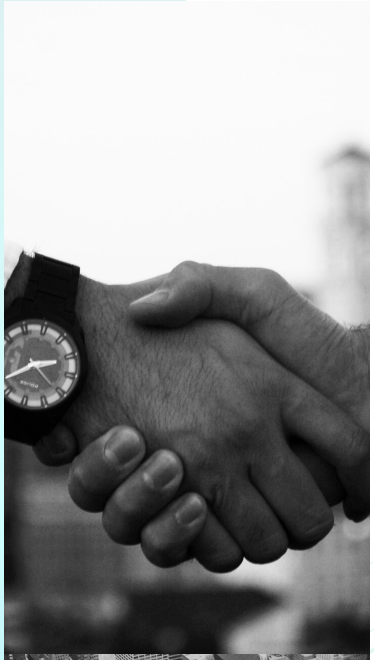
VENTE

STAGE

contact@formaup.com
06 07 97 63 78

FORMA'UP
CONSEIL - FORMATION - ACCOMPAGNEMENT

CAMPUS 1 MÉDIAS LOCAUX



OBJECTIFS

- Découvrir la démarche de vente multimédia locale
- Se préparer efficacement à sa visite avant d'aller voir un annonceur.
- Développer sa capacité à prendre plus de rendez-vous qualifiés par téléphone.
- Approfondir la recherche du potentiel annonceur pour bâtir une proposition séduisante.
- Bâtir et vendre sa proposition
- S'entrainer à ces nouvelles pratiques à l'aide de training de vente intensifs.

PARTICIPANTS

Commercial conseil en publicité

DURÉE

3 X 1 jour ou 21 heures par stagiaire

MOYENS PÉDAGOGIQUES

Réflexions, apports, quiz individuels et collectifs, brainstorming, training opérationnels

LES POINTS CLÉS DU PROGRAMME

Introduction :

- Comprendre le marché des médias locaux

Etape 1 :

- Préparer l'entretien de vente avant le rendez-vous.
- Déterminer une valeur ajoutée de l'offre média pour votre annonceur

Etape 2 :

- Présenter l'objectif de visite à l'annonceur
- Présentation personnelles
- Phase de découverte annonceur : identifier ces attentes
- Rechercher des motivations et des informations
- Identifier les besoins

Etape 3 :

- Valider les attentes de l'annonceur

Etape 4 :

- Proposer et argumenter son plan de communication sur mesure
- Pertinence de la proposition
- La démarche pour vendre sa proposition publicitaire
- L'efficacité d'un message publicitaire en radio
- La réponse aux objections annonceurs

Etape 5 :

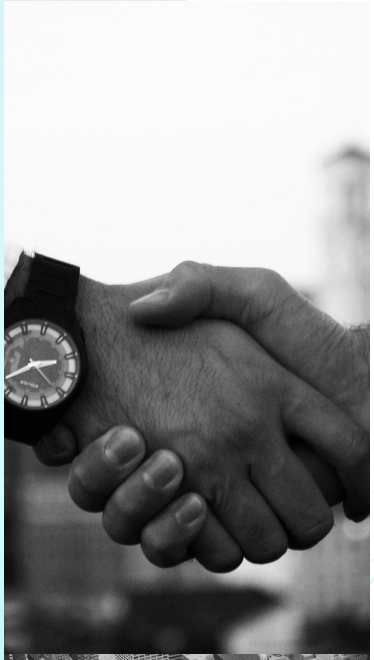
- Valider l'intérêt de l'annonceurpour la proposition
- Négocieret conclure la vente (ou positionner un autre rendez-vous)

STAGE

contact@formaup.com
06 07 97 63 78

FORMA'UP
CONSEIL - FORMATION - ACCOMPAGNEMENT

CAMPUS 2 MÉDIAS LOCAUX



OBJECTIFS

- Améliorer sa prise de parole en public
- Renforcer sa force de conviction
- Développez sa communication et son écoute active annonceur
- Approfondir sa capacité à négocier avec des acheteurs professionnels.

PARTICIPANTS

Commercial expert en publicité

DURÉE

3 X 1 jour ou 21 heures par stagiaire

MOYENS PÉDAGOGIQUES

Réflexions, apports, quiz individuels et collectifs, brainstorming, training opérationnels

LES POINTS CLÉS DU PROGRAMME

Soyez impactant dans votre prise de parole en public :

- Préparer l'intervention
- Structurer sa communication orale
- Apprendre les astuces de communication orale

Améliorez sa communication et développez son écoute active :

- Présentation des stratégies de communication dans la relation commerciale
- Comprendre l'importance du non verbal dans la relation commerciale
- La synchronisation
- Savoir pratiquer une écoute active.

Approfondir sa capacité à négocier avec des acheteurs professionnels :

- Proposer une offre pub ambitieuse
- Les différentes techniques des acheteurs professionnels en BtoB
- Les méthodes et outils de conclusion de la vente de publicité
- La bonne attitude à adopter en situation de conclusion de la vente
- Développer sa créativité commerciale, « penser hors du cadre »

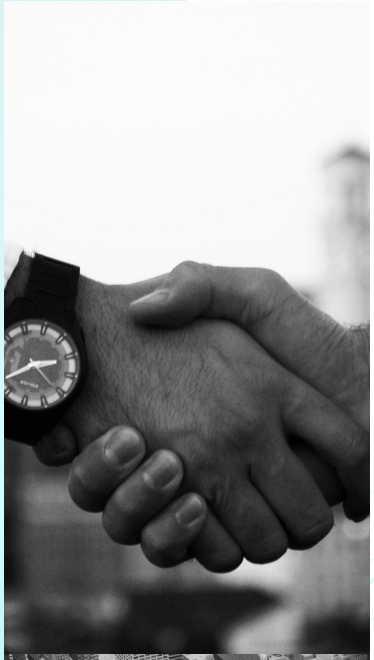
La caméra est utilisée tout au long de la formation, afin de permettre un axe pratico pratique. *La formation débute par un exercice de présentation, debout devant la caméra. Il sera refait en fin de formation, afin de permettre aux participants de visualiser concrètement leurs progrès.*

STAGE

contact@formaup.com
06 07 97 63 78

FORMA'UP
CONSEIL - FORMATION - ACCOMPAGNEMENT

CAMPUS 3 MÉDIAS LOCAUX



OBJECTIFS

DIGITAL

- Connaitre l'univers digital et le web marketing
- Renforcer la compréhension et la culture digitale globale.
- Maitriser avec agilité la concurrence digitale pour répondre à toutes les questions des annonceurs.
- S'entraîner à ces nouvelles pratiques

PARTICIPANTS

Commercial expert en publicité multimédias

DURÉE

2 X 1 jour ou 14 heures par stagiaire

MOYENS PÉDAGOGIQUES

Réflexions, apports, quiz individuels et collectifs, brainstorming, training opérationnels

LES POINTS CLÉS DU PROGRAMME

Introduction :

- Pourquoi s'intéresser au digital dans la publicité ?

Les chiffres du marketing on-line :

- taux de pénétration du digital, habitudes de consommation, investissement pub

Les évolutions du secteur digital :

- Pouvoir expliquer et vendre les produits/offres de la régie : les leviers de la communication digitale, le web marketing, le display, le display vidéo, le rtb...

Les GAFA (Google, Amazon, Facebook, Apple) :

- Comment ils fonctionnent, quelles sont leurs offres, leur positionnement, en France et ailleurs.

Les leviers d'acquisitions d'audiences :

- S.E.O., S.E.A., S.M.O.
- Les avantages et inconvénients pour les annonceurs de chaque levier d'acquisition d'audiences..

Le langage des différents acteurs du marché pub digital.

Les évolutions du secteur digital :

- Apprendre à reconnaître les opportunités dans le secteur de la publicité locale.

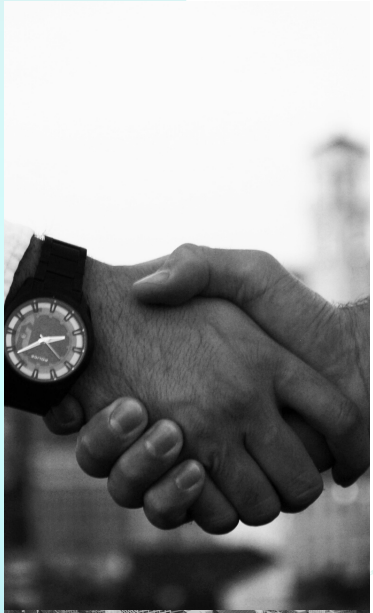
STAGE

contact@formaup.com
06 07 97 63 78

FORMA'UP
CONSEIL - FORMATION - ACCOMPAGNEMENT

COACHING DE VENTE DIGITALE

POUR LES COMMERCIAUX EN PUBLICITÉ



OBJECTIFS

- Bâtir la démarche de vente efficace pour vendre une offre multimédia
- Développer sa capacité à faire des découvertes de qualité du potentiel annonceur
- S'entrainer à ces nouvelles démarches

PARTICIPANTS

Collaborateurs commerciaux

DURÉE

1 jour ou 7 heures

MOYENS PÉDAGOGIQUES

Utilisation de 4 méthodes pédagogiques : découverte, magistrale, démonstrative, interrogative.

Mises en situation individuelle et accompagnement sur la mise en œuvre

LES POINTS CLÉS DU PROGRAMME

- La démarche de vente multimédia
- Les 5 étapes pour comprendre et répondre aux questions des annonceurs
- La proposition multimédia puissance 3
- Les 5 étapes pour proposer son offre multimédia
- Les étapes clés de la proposition pour vendre de la pub multimédia
- Training de vente

Evaluation :

Mise en situation reprenant l'intégralité de la méthode développée.
Evaluation écrite par les stagiaires à l'issue de la formation.

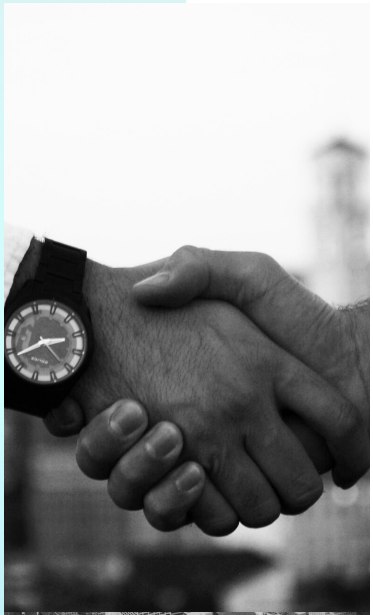
STAGE

contact@formaup.com
06 07 97 63 78

FORMA'UP
CONSEIL - FORMATION - ACCOMPAGNEMENT

COACHING DE VENTE

AMÉLIOREZ VOTRE VENTE DE PUBLICITÉ MULTIMÉDIA



OBJECTIFS

- Développer son écoute active pour un brief de qualité
- Être en mesure de proposer une offre bi-média adaptée
- Répondre aux objections annonceur sur la vente de produits digitaux
- Démontrer aux annonceurs l'efficacité pour eux des offres print + display
- Faire du digital une « porte d'entrée » pour commercialiser d'autres offres
- S'entrainer pour acquérir cette démarche.

PARTICIPANTS
Collaborateurs commerciaux

DURÉE
1 jour ou 7 heures

MOYENS PÉDAGOGIQUES
Utilisation de 4 méthodes pédagogiques : découverte, magistrale, démonstrative, interrogative.
Mises en situation individuelle et accompagnement sur la mise en œuvre

LES POINTS CLÉS DU PROGRAMME

- La notion d'écoute active
- Les bonnes questions à poser à l'annonceurLa démarche de vente multimédia
- Les 5 étapes pour comprendre et répondre aux questions des annonceurs
- La proposition multimédia puissance 3
- Les 5 étapes pour proposer son offre multimédia
- Les étapes clés de la proposition pour vendre de la pub multimédia
- Training de vente

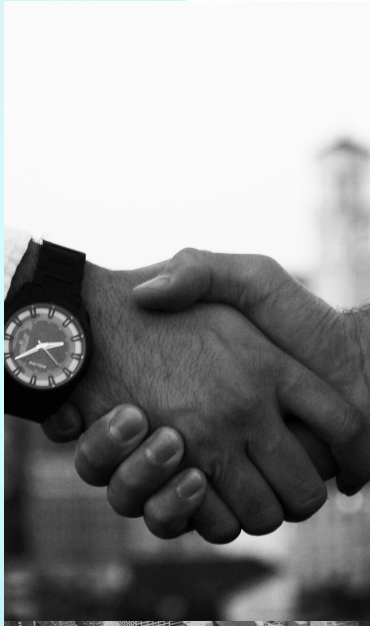
Evaluation :
Mise en situation reprenant l'intégralité de la méthode développée.
Evaluation écrite par les stagiaires à l'issue de la formation.

STAGE

contact@formaup.com
06 07 97 63 78

FORMA'UP
CONSEIL - FORMATION - ACCOMPAGNEMENT

LES ESSENTIELS DU MÉTIER DE COMMERCIAL EN PUBLICITÉ LOCAL MULTIMÉDIA



OBJECTIFS

- **Développer les nouvelles compétences commerciales pour s'adapter à la nouvelle donne du marché de la publicité locale**
- Sensibilisation à l'importance du media numérique sur les marchés pubs locaux.
- Connaitre la démarche de vente efficace pour vendre une offre multimédia.
- Organiser son temps pour plus d'efficacité commerciale.
- Développer sa capacité à faire des découvertes annonceurs de qualités.
- Bâtir et proposer un plan de communication multimédia adaptée.
- S'entrainer pour acquérir cette démarche.
- Etre en mesure de commercialiser les offres/produits multimédia de la régie.

PARTICIPANTS

Commercial en publicité locale

DURÉE

4 jours

MOYENS PÉDAGOGIQUES

Réflexions, apports, quiz individuels et collectifs, brainstorming, training opérationnels

LES POINTS CLÉS DU PROGRAMME

Les 3 dimensions du commercial en publicité locale :

- Temps 1 : L'organisation
- Temps 2 : La préparation du rendez-vous
- Temps 3 : L'action commerciale

L'organisation :

- Sensibilisation à l'importance du media numérique sur les marchés pubs locaux
- Organiser son activité commerciale pour mieux cibler et qualifier les potentiels annonceurs

La préparation du rendez-vous :

- Préparer le rendez-vous annonceur afin d'optimiser le premier contact

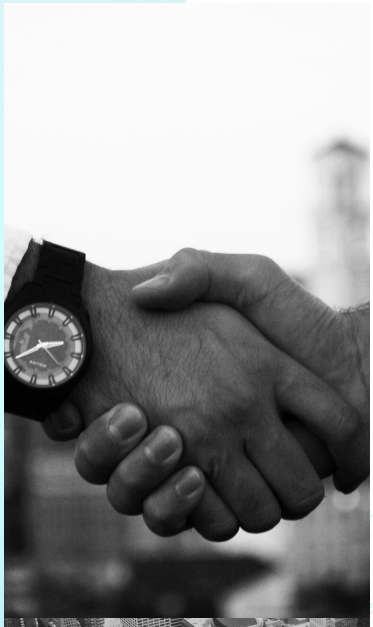
L'action commerciale :

- Bâtir et proposer un plan de communication multimédia adaptée.

STAGE

contact@formaup.com

LES ESSENTIELS DE LA VENTE MULTIMÉDIA



OBJECTIFS

- Mettre en place une méthode de vente unique pour l'ensemble de la régie.
- Avoir un discours de vente simple, homogène et stucturé pour toute la force de vente
- Gagner du temps et de l'efficacité dans l'approche commerciale.
- S'approprier le discours et la méthode de vente

PARTICIPANTS

Commerciaux en publicité

DURÉE

1 jour ou 7 heures

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Utilisation de 4 méthodes pédagogiques : découverte, magistrale, démonstrative, interrogative.
Mises en situation individuelle et accompagnement sur la mise en œuvre

PROGRAMME

Decouvrir les 7 etapes de la méthode de vente multimédia

1. Préparer l'entretien de vente avant le rendez-vous
2. Présenter l'objectif de visite à l'annonceur
3. Identifier les attentes de l'annonceur (implicites et explicites)
4. Valider les attentes de l'annonceur
5. Proposer et argumenter son plan de communication multimedia sur mesure
6. Valider l'interêt de l'annonceur pour la proposition
7. Négocier et conclure la vente ou positionner un autre rendez-vous

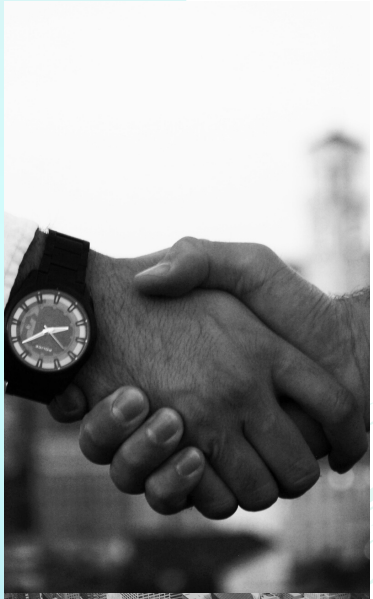
Traning de vente intensif pour s'approprier cette nouvelle méthode

STAGE

contact@formaup.com

FORMA'UP
CONSEIL - FORMATION - ACCOMPAGNEMENT

AMÉLIOREZ VOTRE PRISE DE BRIEF PAR MARCHÉ



OBJECTIFS

- Connaitre la prise de brief par marché
- Savoir utiliser les nouveaux outils de prise de brief
- S'entrainer à cette nouvelle méthode

PARTICIPANTS

Commerciaux en publicité

DURÉE

1 jour ou 7 heures

MOYENS PÉDAGOGIQUES

Utilisation de 4 méthodes pédagogiques : découverte, magistrale, démonstrative, interrogative.
Mises en situation individuelle et accompagnement sur la mise en œuvre

LES POINTS CLÉS DU PROGRAMME

- Les bons outils pour bien comprendre son annonceur
- La négociation du brief
- Le mécanisme de questionnement pour bien comprendre la problématique
- L'outil en 4 étapes du brief efficace
- La démarche de conclusion de la vente pub rapide et efficace

Training de conclusion de vente intensif pour finir la journée

Evaluation :
Mise en situation reprenant l'intégralité de la méthode développée.
Evaluation écrite par les stagiaires à l'issue de la formation.

MANAGEMENT

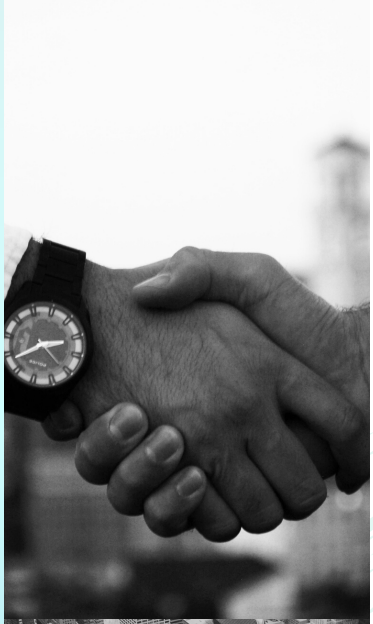
STAGE

contact@formaup.com
06 07 97 63 78

FORMA'UP
CONSEIL - FORMATION - ACCOMPAGNEMENT

COACHING DE MANAGEMENT

DEVELOPPEZ LA PERFORMANCE COMMERCIALE EN PUBLICITÉ LOCAL MULTIMÉDIA



OBJECTIF

Développer sa capacité à pratiquer le coaching prise de rdv par téléphone et le training simple et efficace Améliorer son accompagnement terrain

PARTICIPANTS

Managers commerciaux

DURÉE

1 jours ou 7 heures

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Utilisation de 4 méthodes pédagogiques : découverte, magistrale, démonstrative, interrogative.
Mises en situation individuelle et accompagnement sur la mise en œuvre

LES POINTS CLÉS DU PROGRAMME

- Maitriser l'animation des entretiens collectifs et individuels à distance
- Apprendre l'animation des entretiens individuels en face à face
- Les outils du management stratégique
- La notion de culture d'entreprise et de changement
- Les outils et pratiques de management
- La mise en place des priorités commerciales
- La communication efficaceLa bonne posture du manager
- Développer sa capacité à pratiquer le coaching prise de rdv par téléphone et le training simple et efficace
- Améliorer son accompagnement terrain
- Comprendre la communication inter personnelle avec les commerciaux pour mieux faire passer les messages
- Training et jeux de rôle
- S'entrainer à ces nouvelles pratiques

Evaluation :
Mise en situation reprenant l'intégralité de la méthode développée.
Evaluation écrite par les stagiaires à l'issue de la formation.

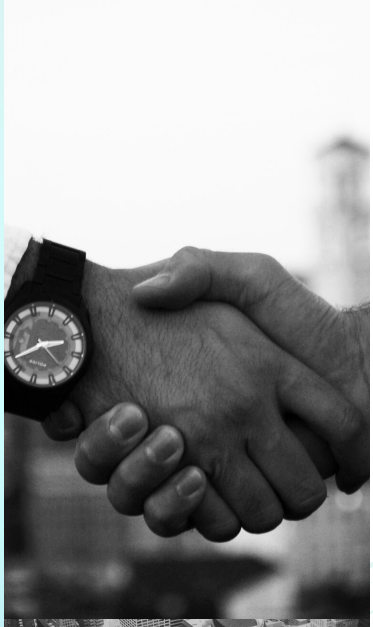
STAGE

contact@formaup.com
06 07 97 63 78

FORMA'UP
CONSEIL - FORMATION - ACCOMPAGNEMENT

COACHING DE MANAGEMENT

BATÎR ET METTRE EN PLACE L'ENTRETIEN INDIVIDUEL



OBJECTIFS

- Déterminer les bonnes pratiques de management
- Formaliser ces pratiques dans un référentiel de management ad hoc.
- Mettre en place ces pratiques dans son quotidien professionnel
- Développer sa capacité à pratiquer l'animation des entretiens individuels avec les commerciaux de son équipe.

PARTICIPANTS

Managers commerciaux

DURÉE

1 jours ou 7 heures

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Utilisation de 4 méthodes pédagogiques : découverte, magistrale, démonstrative, interrogative.
Mises en situation individuelle et accompagnement sur la mise en œuvre

LES POINTS CLÉS DU PROGRAMME

- La communication avec les commerciaux.
- L'animation des entretiens individuels, notions.
- La bonne pratique des entretiens, le fond.
- La bonne pratique opérationnelle.
- La bonne pratique des entretiens, la forme.
- Co- construire vos outils...soyons concret.

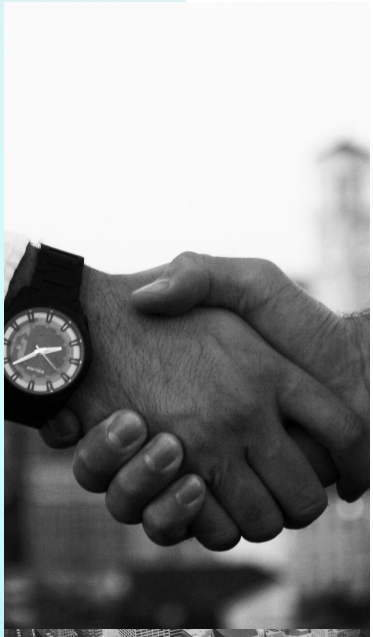
s'entrainer

- Training et jeux de rôle.
- S'entrainer à ces nouvelles pratiques.

Evaluation :
Mise en situation reprenant l'intégralité de la méthode développée.
Evaluation écrite par les stagiaires à l'issue de la formation.

STAGE
contact@formaup.com
06 07 97 63 78

LES ESSENTIELS DU MÉTIER DE MANAGER DANS L'UNIVERS DE LA PUBLICITÉ



OBJECTIFS

- **Développer les nouvelles compétences du manager commercial pour s'adapter à un environnement marché instable, complexe et hétérogène.**
- Structurer et construire sa prise de poste au sein de sa nouvelle agence
- Apprendre les différents types de management et de collaborateurs
- Savoir animer des réunions collectives et individuelles
- Connaitre les techniques de coaching opérationnel
- Pratiquer le training opérationnel
- Améliorer sa communication interpersonnelle avec ses commerciaux
- Développer sa capacité à trouver le bon équilibre entre « exigence et motivation » afin de manager la performance commerciale.

PARTICIPANTS

Manager commercial en publicité locale

DURÉE

4 jours

MOYENS PÉDAGOGIQUES

Réflexions, apports, quiz individuels et collectifs, brainstorming, training opérationnels

LES POINTS CLÉS DU PROGRAMME

Les 3 dimensions du manager commercial en publicité :

- Temps 1 : La dimension Management des Hommes
- Temps 2 : La dimension Management de la performance commerciale
- Temps 3 : La dimension coaching et formation terrain

La dimension Management des Hommes :

- Structurer et construire « les premiers mois » de son arrivée dans l'agence avec une vision Management des Hommes.

La dimension Management de la performance commerciale :

- Développer et mettre en place un management opérationnel adapté à son agence.

La dimension coaching et formation terrain :

- Pratiquer le coaching et la formation opérationnelle.