

## FORMATION VENDRE L'OBJET MEDIA "ECO RESPONSABLE"

### LES OBJECTIFS DE LA FORMATION « VENDRE L'OBJET MEDIA "ECO RESPONSABLE" » :

ACQUÉRIR LES CONNAISSANCES ET COMPÉTENCES POUR CONSEILLER ET CONVAINCRE LES CLIENTS DE PRIVILÉGIER DES OBJETS PUBLICITAIRES MOINS IMPACTANTS, EN METTANT EN AVANT LES AVANTAGES DE CES PRODUITS ET EN PROPOSANT DES SOLUTIONS ADAPTÉES À LEURS BESOINS SPÉCIFIQUES.

ENSEIGNEMENT	NIVEAU	OBJECTIFS PRINCIPAUX	TARIF NET (*)
 <b>Présentiel</b> (distanciel sur demande)	 <b>Débutant</b>	 <b>Maîtriser les fondamentaux de la RSE</b>	<b>Tarif Intra</b> (Groupes de 6 à 8 personnes) <b>Prix par entreprise</b> <b>Adhérent : 3 600 €</b> (prix par jour : 1 800 €)
PREREQUIS	CODE FORMATION	 <b>Qualifier et proposer un objet publicitaire plus responsable</b>	<b>Non - adhérent : 3 900 €</b> (prix par jour : 1 950 €) (Groupes de 9 à 12 personnes) <b>+ 200 € / personne</b> (prix par jour : + 100 €)
Aucun prérequis, La formation est accessible à tout profil d'une entreprise ou une organisation.	<b>312</b>	 <b>Justifier sa communication vers le client</b>	<b>Tarif Inter</b> (Groupes de 6 à 12 personnes) <b>Prix par personne</b> <b>Adhérent : 1 000 €</b> (prix par jour : 500 €) <b>Non - adhérent : 1 400 €</b> (prix par jour : 700 €)
	<b>DUREE</b>		
	<b>2 jours</b>		

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



### LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

Depuis plusieurs années maintenant, face aux crises sanitaires, écologiques et sociales, de nouvelles attentes émergent parmi les consommateurs. Désormais, ces derniers attendent des marques qu'elles prennent des engagements forts sur les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux, et cela touche forcément les professionnels de la communication.

Il devient de plus en plus urgent pour les annonceurs et les professionnels de la communication de s'attaquer au sujet de la communication responsable, une communication différente, qui abordent ces nouveaux enjeux en changeant d'approche. Entre greenwashing et méconnaissance du sujet, les pièges sont nombreux.



### À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

Elle s'adresse aux équipes commerciales mais aussi à tous les profils de l'entreprise susceptibles d'échanger avec l'annonceur (marketing, communication, adv...) et désireuses de développer la vente d'objets médias plus responsables

- Commerciaux
- Assistant(e)s commercial(e)s
- ADV
- Service Communication
- Service Marketing
- Community Manager

# L'OBJET MÉDIA

Fédération de la Communication par l'Objet

## FORMATION VENDRE L'OBJET MEDIA "ECO RESPONSABLE"

### EN RÉSUMÉ

Les fondamentaux de la RSE pour comprendre les enjeux

Les critères pour qualifier un objet publicitaire d'"éco-responsable"

Les bonnes pratiques pour une communication responsable



### PROGRAMME

#### Partie 1 : Maîtriser les fondamentaux de la RSE

Introduction à la responsabilité sociale des entreprises (RSE) Définitions et concepts clés de la RSE Les enjeux économiques, sociaux et environnementaux de la RSE Les avantages pour l'entreprise de s'engager dans une démarche RSE

#### Partie 2 : Qualifier et proposer un objet publicitaire éco-responsable

Les critères de sélection d'objets publicitaires plus responsables

Les matériaux et les procédés de fabrication durables

Les certifications et labels associés à l'éco-responsabilité des objets publicitaires

Les bénéfices pour l'image de marque de l'entreprise

Les opportunités de différenciation sur le marché

#### Partie 3 : Maîtriser sa communication vers le client

Utiliser un vocabulaire adapté pour répondre aux besoins du client.

Construire un discours persuasif permettant de gérer les objections et les questions des clients



### ÉVALUATION

#### ÉVALUATION J-7 : QUESTIONNAIRE DE POSITIONNEMENT

**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
- Supports vidéo
- Débats, échanges
- Etudes de cas
- Jeux de rôles
- 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 mises en situation et les études de cas concrets permettent aux participants de s'approprier les concepts théoriques de la RSE et de comprendre leur application concrète sur le terrain.