




## 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 Adhèrent : 3 600 €</b> (prix par jour : 1 800 €) <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 €)
PREREQUIS	CODE FORMATION		
Aucun prérequis, La formation est accessible à tout profil d'une entreprise ou une organisation.	<b>312</b>	 <b>Qualifier et proposer un objet publicitaire plus responsable</b>	<b>Tarif Inter</b> (Groupes de 6 à 12 personnes) <b>Prix par personne Adhèrent : 1 000 €</b> (prix par jour : 500 €) <b>Non - adhérent : 1 400 €</b> (prix par jour : 700 €)
	DUREE	 <b>Justifier sa communication vers le client</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 aborde 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

## 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'appropriier les  
concepts théoriques de la RSE et de  
comprendre leur application concrète sur le  
terrain.