

Formations sur mesure

Réf.FM

Media Institute vous apporte son expérience de la formation dans le domaine des Médias et de la Communication et son réseau de 250 experts professionnels pour construire ensemble une formation correspondant à vos besoins spécifiques

VOUS ACCOMPAGNER, DANS VOTRE PROJET D'ENTREPRISE ■ ■ ■

- Parce que votre stratégie et vos cibles sont spécifiques en tant qu'annonceur, régie, institut, support, agence médias ou conseil
- Parce que votre entreprise possède son propre univers, sa propre philosophie
- Parce que vos besoins de formation en interne ne répondent pas à un niveau ou un thème unique
- Parce que vous souhaitez confronter vos problématiques avec nos experts en toute confidentialité

Media Institute met en place des formations sur-mesure, sur les thèmes du marketing, de la communication et des médias pour répondre à chaque demande de façon personnalisée

UNE EXPERTISE, 1000 MANIERES DE LA DELIVRER ■ ■ ■

Pour 1 personne, 15, 170 ou encore 1400 personnes
Où ? Chez Media Institute, dans votre entreprise ou ailleurs
Pendant 1 Journée, 2 jours, 1 semaine ou sur plusieurs mois

Contenus, intervenants, formats, exemples... Media Institute module son offre autant que vous le souhaitez. Toutes les options sont envisageables, qu'il s'agisse d'adapter une formation existante à votre problématique d'entreprise ou de trouver une réponse à un besoin vraiment spécifique

NOTRE EXPERTISE, NOS INTERVENANTS ■ ■ ■

Pour nos formations, nous faisons appel à l'un de nos 250 experts professionnels en activité. Nous pensons que seule une personne qui fait face quotidiennement aux mêmes problématiques que vous peut vous transmettre un savoir enrichi de pratique et directement opérationnel

NOTRE ENGAGEMENT, NOS SERVICES ■ ■ ■

En étroite collaboration avec vous, Media Institute prend en charge :

- L'analyse et la qualification du besoin
- La rédaction d'un cahier des charges et la conception du programme
- La recherche des intervenants les plus qualifiés en fonction des sujets traités et leur briefing
- L'animation de la formation et la transmission du contenu des interventions à chaque participant
- La location de la salle et du matériel si nécessaire
- La collecte des questionnaires d'évaluation et leur analyse

Un premier projet de formation reprend vos objectifs et décrit le programme que nous envisageons. Cela constitue une base de discussion que nous affinons ensuite et enrichissons par des exemples concrets au cours d'une rencontre avec le ou les intervenants pressentis

EXEMPLES, THEMES TRAITES ■ ■ ■

INTEGRER LE WEB 2.0 A SON OFFRE COMMERCIALE ■ ■ ■

Public : 1300 personnes dans toute la France - 140 groupes - 1 journée

Formation au web 2.0 pour les équipes commerciales d'un grand groupe de communication à travers la France pour être force de proposition auprès de leurs annonceurs

Réponse : 1 coordinateur pédagogique - 5 formateurs - des groupes pilotes - un blog accompagnateur - un test pré-formation - une évaluation post formation en ligne

VENDRE ET NEGOCIER DANS UN CONTEXTE DESTABILISANT ■ ■ ■

Public : 110 personnes à Paris - 11 groupes - 1 journée

Formation aux techniques de négociation dans un contexte économique difficile pour les commerciaux d'une régie presse afin de renforcer son efficacité et sa communication face à des interlocuteurs exigeants

Réponse : 1 formateur - un socle théorique commun - un point personnalisé avec chaque collaborateur pour identifier ses forces et faiblesses - des simulations de négociations - une évaluation post formation

ACCOMPAGNEMENT STRATEGIQUE ET COMMERCIAL ■ ■ ■

Public : 1 personne à Paris et dans toute la France - 18 demi-journées

Accompagnement personnalisé d'un collaborateur amené à prendre la direction d'une nouvelle entité commerciale pour un grand groupe de communication en région

Réponse : 2 formateurs - un socle théorique sur les notions à maîtriser - l'organisation de rencontres avec les personnes clés du marché - une sensibilisation aux aspects politiques et prospectives du secteur.

CONSTRUIRE UNE STRATEGIE PLURI-MEDIA EFFICACE ■ ■ ■

Public : 12 personnes en Bretagne - 1 groupe - 2 journées

Formation aux concepts et étapes clés de la stratégie, du brief et de la démarche tactique accompagnant l'élaboration d'un plan de communication dans les médias pour un annonceur majeur de l'industrie agro-alimentaire

Réponse : 1 formateur - un socle théorique sur les notions à maîtriser - une après-midi consacrée à des ateliers / travaux pratiques sur la base de cas concrets traités en interne (exercice / correction / débat).

Parce que vos projets de formation internes font souvent partie d'une stratégie d'entreprise globale, nous assurons à nos clients la confidentialité la plus totale sur les sujets traités et les documents produits pour la formation

CONTACT ■ ■ ■
RESPONSABLE CONTENU PEDAGOGIQUE
Céline GAUDE - Tél. 01 43 12 15 22
cgaude@mediainstitute.eu