



# Définir votre format

---

Description des outils pour définir  
votre format

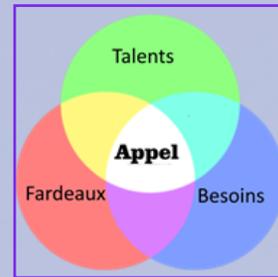
# Introduction



## La vision.

« car c'est Dieu qui produit en vous le vouloir et le faire, selon son bon plaisir »

Philippiens 2 : 13



## L'appel.

« Pendant qu'ils servaient le Seigneur dans leur ministère et qu'ils jeûnaient, le Saint Esprit dit: Mettez-moi à part Barnabas et Saul pour l'œuvre à laquelle je les ai appelés. » Actes 13 :2



## Les moyens.

Il en sera comme d'un homme qui, partant pour un voyage, appela ses serviteurs, et leur remit ses biens. Il donna cinq talents à l'un, deux à l'autre, et un au troisième, à chacun selon sa capacité, et il partit.

Matthieu 25:14-30

# Recherche d'outils pour définir votre format



Connaissance du public



L'auditeur idéal



La concurrence



Les ressources



Conclusion

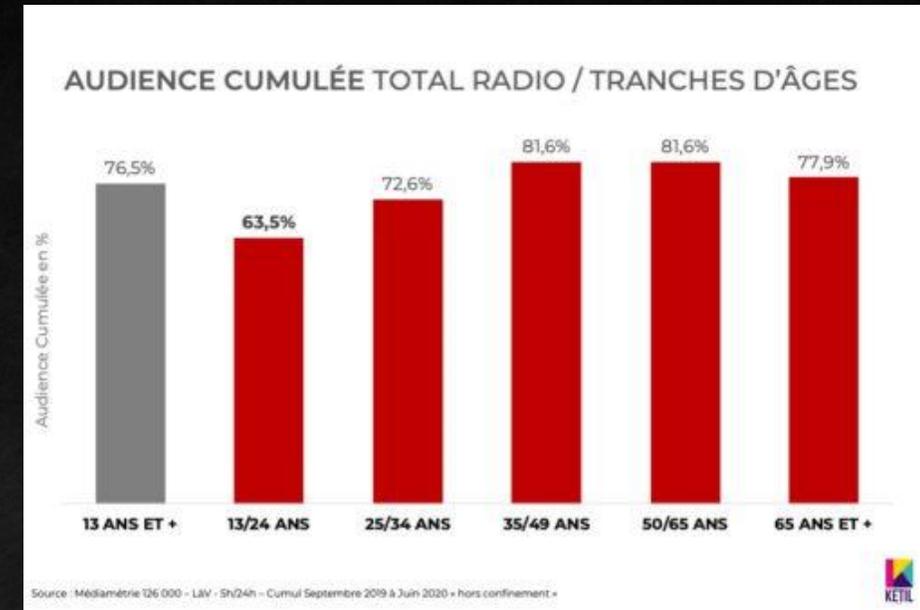
Nous aborderons ces points

- Audience potentielle
- Etude du marché
- Critères importants
- Outils pour mesurer la taille du marché

Connaissance  
du public

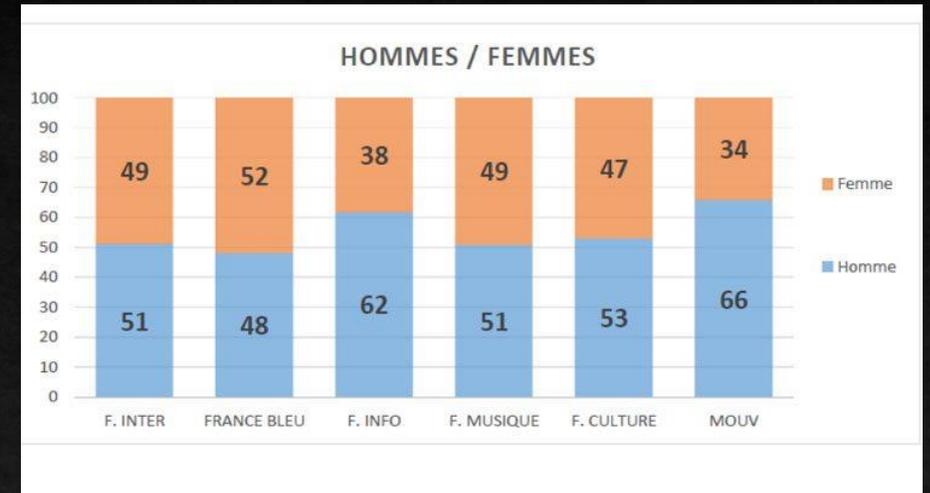
# Audience potentielle

- La population contenue dans la zone de couverture
- Le taux de possession de récepteurs radio.
- Exemple :
  - 120.000 habitants sur la zone d'émission de la radio.
  - 80 % possède un récepteur et écoute au moins une radio.
  - Votre auditoire potentielle est de 96.000 personnes.
- Pour une diffusion internationale, il faut aussi tenir compte de la langue.

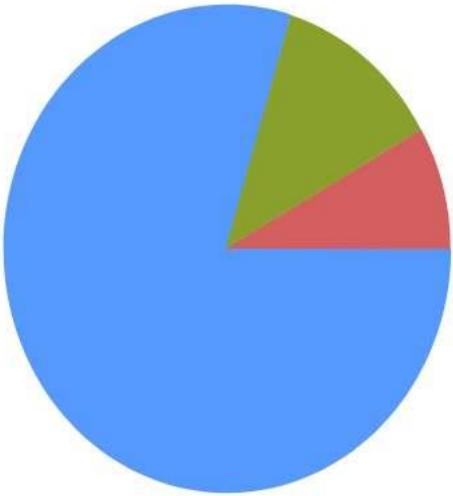


# Etude du marché

- Langage
- Sexe
- Age
- Education
- Mode de vie
- Stade de vie
- Taille du marché



## La langue

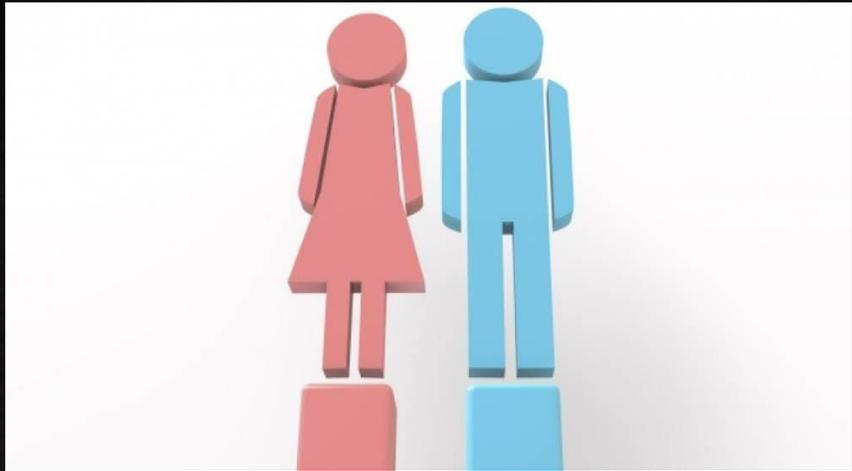


Langue maternelle

La langue est le principal moyen de communication

La langue est un porteur culturel

# Le Sexe



heavy métal  
un public d'hommes

Education des enfants  
un public de femmes

# L'âge



Il est difficile de trouver un chant qui soit acceptable par des jeunes et des adultes en même temps

Les intérêts changent d'une génération à l'autre.

Les jeunes écoutent majoritairement les radios musicales

# L'éducation



Si moins d'éducation, alors plus de divertissement

Le format Talk est beaucoup plus écouté par ceux qui ont le plus d'éducation

# Mode de vie



Lieu de l'écoute

Quand l'auditeur écoute?

# Stade de vie



Etudiant

Jeune mariée

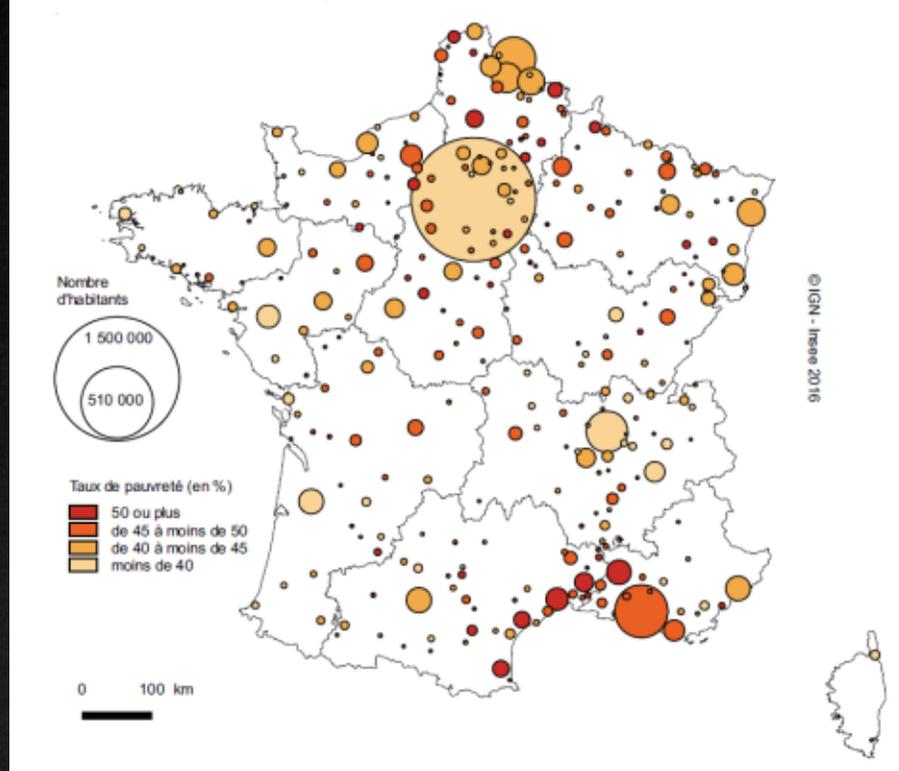
femme avec des enfants

Retraité

....

## Taille du marché

Nombre d'habitants et taux de pauvreté dans les quartiers de la politique de la ville par unité urbaine de France métropolitaine en 2012



Audience

Population homogène

Composition ethnique

Public chrétien



## L'auditeur idéal

- Un **avatar** auditeur est l'auditeur cible que vous allez accompagner et servir avec votre programme radio.
- C'est l'image d'une personne à qui vous vous adressez lors de votre intervention sur l'antenne.
- Elle peut avoir un prénom, un âge, une ville, des passions, un contexte familial et social. Elle a des rêves, des envies, des désirs et des freins.

Pour adapter sa communication

Pour adapter son programme contenant différents type de musique ou d'émission.

Pour adapter vos techniques d'émission et de promotions

Pour créer des interactions avec des personnes qui sont proches du réel

Pourquoi  
trouver son  
avatar  
auditeur ?

## Comment trouver son avatar auditeur ?

il faut se poser plusieurs questions :

- Quel âge a-t-il ?
- Ou habite-t-il ?
- Dans quel domaine travaille-t-il ?
- Est-il salarié, entrepreneur, étudiant, indépendant ?
- Que fait-il de son temps libre ?
- Quelles sont ses passions ?
- Quelles sont ses positions religieuses

Une fois que vous avez répondu à toutes ces questions, vous avez déjà fait 50% du travail.

# Créer un auditeur fictif

**Prenez une feuille, un crayon, et notez**

- Son prénom
- Son âge
- Une ville
- En couple/marié/célibataire
- Enfant/pas d'enfants
- Une profession/situation professionnelle
- Opinions politiques/influences
- Sa passion
- Ses passe-temps favoris
- Ce qu'il fait de ses Week-end/temps libre
- Le déroulement de sa journée type
- Ses petits plaisirs quotidiens

**Faites ensuite les listes de ses frustrations, ses désirs, ses objections, ses croyances**



# Utiliser cet auditeur fictif

## Travailler avec les documents en annexe

- Quelles questions à se poser
- Résumé pour que les animateurs puissent en tirer profit
- Se l'approprier et le faire évoluer
- Autres astuces pour trouver votre auditeur idéal

## Consulter les documents en annexe



# La concurrence



Paysage audiovisuel

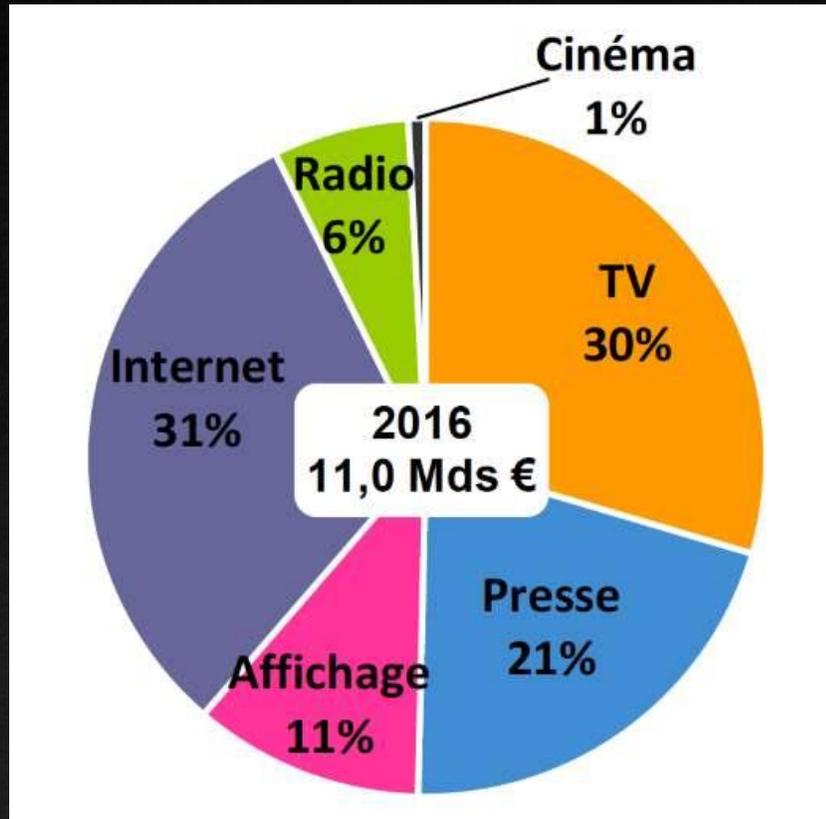


Internet et l'univers du Web



Faites la liste des concurrents

## Le paysage audiovisuel



Les radios sur votre secteur

Est-ce que votre format existe déjà ?

Est-ce qu'il y a une radio chrétienne ?

# Internet et l'univers du Web

Les réseaux  
sociaux

Les Podcasts

Le streaming  
musical

Blog –  
Website

Conclusion

# Faites la liste des concurrents

Trouvez des idées

Trouvez des  
auditeurs

Utiliser la  
tactique de David  
contre Goliath



Les  
ressources

L'appel spécifique

Une bonne connaissance  
du sujet

Des relations avec le  
sujet

- « C'est lui qui a donné les uns comme apôtres, les autres comme prophètes, les autres comme évangélistes les autres comme pasteurs et docteurs, pour le perfectionnement des saints en vue de l'œuvre du service et de l'édification du Corps du Christ....  
Ephésiens 4:11-13

L'appel  
spécifique



Connaître son sujet

Une bonne  
connaissance du  
sujet

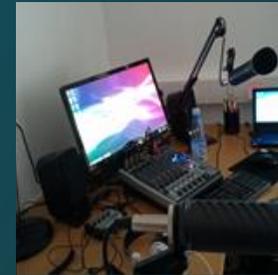
Des relations avec le  
sujet

# Conclusion



Faites les exercices proposés.

« Vous savez bien que, dans le stade, tous les coureurs participent à la course, mais un seul reçoit le prix. Alors, vous, courez de manière à l'emporter. Tous les athlètes à l'entraînement s'imposent une discipline sévère ; ils le font pour recevoir une couronne de laurier qui va se faner »  
1 Corinthiens 9:24-25



Rédiger votre format.

« J'ai donc décidé à mon tour de m'informer soigneusement sur tout ce qui est arrivé depuis le commencement, et de te l'exposer par écrit de manière suivie, très honorable Théophile[a] ; 4 ainsi, tu pourras reconnaître l'entière véracité des enseignements que tu as reçus. » Luc 1:3-4