

Livrable 1: élaborer un plan de questionnement

Qu'est ce que vous recherchez à travers le sport radio ?

-Nous recherchons à gagner en notoriété de part nos portes ouvertes. Et nous pensons que le spot radio est un excellent moyen pour y arriver.

Quand sont vos portes ouvertes ?

-Les portes ouvertes se déroulent au mois de septembre.

En quoi consiste vos portes ouvertes?

-Elles consistent à proposer des offres préférentielles. Le cours d'essai reste payant, mais sera rembourser si la personne prend un abonnement.

Combien de temps durent vos portes ouvertes ?

-Les années précédents, nos portes ouvertes duraient à peu près trois semaines. Nous aimerions changer de format pour arriver à quelque chose de moins long mais de plus intense. Pour cela, nous aurons besoin d'une bonne communication.

Combien de visiteurs espérez vous recevoir lors de ces portes ouvertes ?

-Nous attendons en moyenne 150 personnes. Le but étant de se faire connaître et pas forcément d'accueillir de nouveaux adhérents.

Quelle est votre budget ?

-5000€

Cela me parait peu élevé mais nous verrons cela par la suite.

A quelle fréquence voulez vous diffuser le spot radio ?

-Nous avons à le diffuser 5-6 fois par jours.

Combien de temps votre campagne portes ouvertes va durer ?

-Nous avons pensé à une quinzaine de jours.

Quand voulez vous débiter le spot ?

-Nous pensions le débiter une semaine avant les portes ouvertes pour que celui ci soit encore présent lors des portes ouvertes, mais cela reste encore incertains.

A quelle heure voulez vous diffuser le spot radio ?

-Nous avons penser à la diffuser plutôt le matin, voir même le soir. Les adhérents de notre centre appartiennent à une tranche d'âge entre 30-50ans, et sont dans la vie active. Cela aura un meilleur impact car ces derniers pourraient l'écouter dans les transports.