



## Parcours certifiant brand content manager

Définir une stratégie éditoriale qui crée une histoire entre la marque et le consommateur

À l'issue de ce parcours, vous aurez acquis toutes les compétences pour définir et déployer une stratégie de contenu efficace dans un environnement digital.

### MODULE 1 | 2 jours

#### Maîtriser les fondamentaux du content marketing

#### S'approprier les tendances digitales et les enjeux du marketing de contenu

- Comprendre la digitalisation des organisations et la convergence numérique.
- S'approprier les nouveaux usages et les innovations technologiques.
- Content Marketing : de quoi parle-t-on ?
- Quand la marque devient média.
- S'approprier le social media marketing.
- Passer de la communication à l'influence 360.

#### Assimiler le rôle et les ressources du Chief Marketing Officer

- Assimiler le rôle d'un « chef d'orchestre ».
- Maîtriser les outils de pilotage du CCO.
- Manager efficacement en mode projet.

#### Bâtir et déployer une stratégie de Content Marketing

- Définir le mix marketing du Content Marketing (4P) et établir un SWOT.
- Définir et prioriser ses objectifs, cibler son audience.
- Cartographier ses contenus, ses espaces de publication, ses relais d'influence.
- Élaborer un plan éditorial, mobiliser les ressources internes et gérer les prestataires.

#### Construire le business model du Content Marketing

- Choisir les indicateurs pertinents (KPI).

- Intégrer la monétisation : un modèle envisageable pour les marques ?
- Incorporer la production de contenu dans le core business de l'entreprise.

#### MODULES DISTANCIELS

- **E-quiz** amont/aval de la formation.
- Que doit-on savoir sur le consommateur ?
- Quel contenu de marque proposer pour se différencier ?

### MODULE 2 | 3 jours

#### Créer des contenus riches dans un contexte omnicanal

#### Enrichir sa stratégie de Brand Content avec le storytelling (B2C)

- Préparer sa stratégie de storytelling (cible, objectif, marque, positionnement narratif).
- Construire un storytelling impactant et en phase avec la marque.
- Décliner son storytelling en mode omnicanal.

#### Valoriser l'expertise de l'entreprise et apporter du service grâce aux contenus (B2B)

- Choisir les indicateurs pertinents (KPIs).
- Animer un blog d'experts.
- Concevoir, publier et diffuser un livre blanc.
- Organiser un webinar.
- Déterminer les formats vidéo efficaces.
- Penser « Digital First ».

#### Générer du contenu avec ses événements

- Penser sa stratégie de contenu en 3 phases : avant/pendant/après, définir ses objectifs.
- Valoriser un événement.
- Démultiplier la visibilité de ses événements grâce au

- User Generated Content, à la diffusion live et interactive.
- Capitaliser sur le contenu généré.

#### Travailler avec des prestataires

- Produire une web série, un programme court.
- Produire un serious game.
- Miser sur des formats innovants.

#### MODULES DISTANCIELS

- Quelles sont les clés d'une bonne histoire ?
- Comment choisir le thème de votre histoire ?
- Comment adopter le storytelling au digital ?

### MODULE 3 | 2 jours

#### Intégrer l'inbound marketing et le lead management dans sa stratégie de content marketing

#### Élaborer une stratégie d'inbound marketing

- Différencier Inbound et Outbound.
- Définir le positionnement de l'entreprise, identifier les cibles et fixer les objectifs.
- Modéliser le parcours client et l'entonnoir de conversion.
- Bâtir l'inventaire des ressources et moyens.
- Identifier les leviers pertinents.

#### Cibler ses contenus et ses messages avec les Buyer Personas

- Définir et créer un Buyer Persona.

#### Collecter de la data

- Associer un call to action à chaque contenu.
- Créer des landing pages associées à ses contenus et optimiser le taux de conversion.
- Stocker les données collectées.

#### Améliorer sa performance avec le marketing automation

- Comprendre les principes fondamentaux.

- Utiliser les outils du marketing automation.
- Mettre en place et piloter une stratégie de marketing automation.
- Identifier les KPIs, analyser les résultats.

#### MODULES DISTANCIELS

- La data, nouvel or noir de l'économie ?

### MODULE 4 | 2 jours

#### Générer du trafic vers ses contenus

#### Investir dans le SEO

- S'approprier les évolutions technologiques et comprendre leur impact sur le SEO.
- Comprendre les évolutions et les dernières mises à jour de l'algorithme de Google.
- Intégrer les facteurs d'optimisation off-page (techniques) et on-page (éditoriaux).

#### Accélérer sa performance avec le SEA

- Quand et comment recourir au SEA ?
- Adopter la bonne stratégie de mots clés.
- Rédiger des annonces performantes.

#### Maîtriser les autres leviers du Paid Media pour générer du trafic

- L'affiliation et le marketing à la performance.
- Le retargeting.

#### Générer du trafic avec les médias sociaux

- Comprendre et exploiter le SMO.
- Générer du trafic avec les médias sociaux.
- Écouter, contribuer, engager, réagir.
- Donner une dimension relationnelle à ses contenus et fédérer des communautés.
- Intégrer les publications sponsorisées.

## PERFECTIONNEMENT

Code : BCM

- 9 jours - 63 heures
- Prix HT : 5010 € (repas inclus)

### PARCOURS CERTIFIANT

Code : CERTBCM

- 10 jours - 70 heures
- Prix HT : 6090 € (repas inclus)



\*Option certifiante

La participation au parcours certifiant permet d'obtenir un Certificat Professionnel FFP (CP FFP) brand content manager attestant de la maîtrise de nouvelles compétences.

- Soutenance d'un mémoire devant un jury professionnel à l'issue du parcours.
- Ce parcours est validé par l'ISQ - OPQF.

## PLANNING

### Paris

15 - 16 avril 2019  
+ 22 au 24 mai 2019  
+ 24 - 25 juin 2019  
+ 2 - 3 septembre 2019  
+ 4 septembre 2019 (option certifiante)

6 - 7 juin 2019  
+ 8 au 10 juillet 2019  
+ 5 - 6 septembre 2019  
+ 2 - 3 octobre 2019  
+ 4 octobre 2019 (option certifiante)

17 - 18 octobre 2019  
+ 18 au 20 novembre 2019  
+ 12 - 13 décembre 2019  
+ 15 - 16 janvier 2020  
+ 17 janvier 2020 (option certifiante)

9 - 10 décembre 2019  
+ 20 au 22 janvier 2020  
+ 17 - 18 février 2020  
+ 23 - 24 mars 2020  
+ 25 mars 2020 (option certifiante)

Journée de préparation à la certification ( 1 jour )

Besoin d'aide pour constituer votre dossier de financement ? Contactez-nous !  
01 43 72 64 00 • inscription@ism.fr

### OBJECTIFS

- Maîtriser les principes du content marketing.
- Élaborer une stratégie de contenu adaptée au canal digital.
- Créer des contenus à forte valeur ajoutée et impactants.
- Engager sa communauté à travers ses contenus de marque.
- Piloter sa stratégie de content marketing dans le cadre de sa stratégie globale.

### PRÉREQUIS

Avoir des connaissances en marketing et une culture digitale.

### PUBLIC CONCERNÉ

Nouveaux brand content managers, responsables marketing, responsables marketing digital, directeurs et chargé(e)s de communication, chefs de produits.

Nous vous accompagnons avant, pendant et après la formation

#### Distanciel

Quiz amont

#### Présentiel

Journée en présentiel

#### Distanciel

Communauté en ligne pour échanger avec les autres apprenants  
e-évaluation  
Classes virtuelles  
Modules vidéo