

Élaborer une stratégie de Content Marketing

Générer de nouveaux prospects via le brand content



À l'issue de cette formation, vous serez en mesure de mettre en place une stratégie content marketing efficace.

PROGRAMME

S'approprier les caractéristiques du content marketing

- Le marketing de contenu et le brand content : spécificités et objectifs.
- La typologie des contenus digitaux.
- Les registres et les vecteurs d'expression : le fil rouge narratif, le storytelling...
- Le panorama des acteurs : les marques, les médias, les régies, les producteurs...
- Le cadre juridique.

Construire sa stratégie de content marketing

- Définir ses objectifs de marque, ses territoires d'expression et la valeur.
- Cartographier ses contenus et évaluer leurs coûts de production.

- Intégrer le brand content dans sa stratégie de communication.
- Inciter les socionauts à coproduire.
- Créer une préférence de marque, asseoir sa légitimité et sa notoriété.
- Transformer les contenus en source de trafic / de leads pour la marque.

Déployer sa stratégie de content marketing

- Combiner les contenus/cibles/canaux/formats/fréquence : les vidéos, les sites web, les RP digitales, les médias sociaux, les applications sur mobiles et les tablettes...
- Intégrer la typologie médias POEM (Paid, Owned, Earned Media).

- Bâtir des partenariats marque-média et un plan média spécifique.

Piloter sa stratégie de contenu

- Programmer sa chaîne éditoriale.
- Mobiliser les compétences internes et encadrer les prestataires.

Mesurer les résultats

- Choisir ses outils et indicateurs.
- Mesurer le ROI : l'image de sa marque, la notoriété, l'engagement, l'impact sur ses ventes.

MODULES DISTANCIELS

- **E-quiz** en amont/aval de la formation.

INITIATION

Code : CONTENT

🕒 2 jours - 14 heures

💰 Prix HT : 1350 € (repas inclus)

OBJECTIFS

- Intégrer ses contenus de marque, sa stratégie globale et son positionnement digital.
- Évaluer l'impact de son approche brand content dans sa stratégie média.

PUBLIC CONCERNÉ

Responsables marketing, communication, chefs de projet marketing, responsables éditoriaux...

PLANNING

Paris

28 - 29 janvier 2019

25 - 26 mars 2019*

27 - 28 mai 2019*

11 - 12 juillet 2019

19 - 20 septembre 2019*

28 - 29 novembre 2019*

30 - 31 janvier 2020

30 - 31 mars 2020

* : sessions également à Lyon, Bordeaux, Lille et Nantes.