



Elaborer une stratégie de Content Marketing

Ref C19CONTENT

Elaborer une stratégie de Content Marketing

Formations courtes

Initiation	2 jours (14 heures)	Paris
		Lille
		Bordeaux
		Nantes
		Lyon

Générer de nouveaux prospects via le brand content

Le content marketing donne aux marques l'opportunité de tisser de nouveaux liens avec leurs publics. Avec cette formation, vous identifierez la stratégie de brand content digitale en phase avec l'ADN de votre marque.

 [Téléchargez le programme de cette formation](#)

Objectifs

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

Pour qui ?

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

Code dokélio : AF_0000024881

Prérequis

Aucun.

Compétences acquises:

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

Programme

Module distanciel :

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

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 socionautes 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 événements, 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.

1350€ HT

Prochaines sessions

Paris

27 et 28 mai 2019

27-05-2019

28-05-2019

11 et 12 juil. 2019

11-07-2019

12-07-2019

19 et 20 sept. 2019

19-09-2019

20-09-2019

28 et 29 nov. 2019
28-11-2019
29-11-2019
30 et 31 janv. 2020
30-01-2020
31-01-2020
30 et 31 mars 2020
30-03-2020
31-03-2020

Lyon
Prochaines sessions

- 27 et 28 mai 2019
- 19 et 20 sept. 2019
- 28 et 29 nov. 2019

27 et 28 mai 2019
27-05-2019
28-05-2019
19 et 20 sept. 2019
19-09-2019
20-09-2019
28 et 29 nov. 2019
28-11-2019
29-11-2019

Nantes
Prochaines sessions

- 27 et 28 mai 2019
- 19 et 20 sept. 2019
- 28 et 29 nov. 2019

27 et 28 mai 2019
27-05-2019
28-05-2019
19 et 20 sept. 2019
19-09-2019
20-09-2019

28 et 29 nov. 2019

28-11-2019

29-11-2019

Bordeaux
Prochaines sessions

27 et 28 mai 2019

19 et 20 sept. 2019

28 et 29 nov. 2019

27 et 28 mai 2019

27-05-2019

28-05-2019

19 et 20 sept. 2019

19-09-2019

20-09-2019

28 et 29 nov. 2019

28-11-2019

29-11-2019

Lille
Prochaines sessions

27 et 28 mai 2019

19 et 20 sept. 2019

28 et 29 nov. 2019

27 et 28 mai 2019

27-05-2019

28-05-2019

19 et 20 sept. 2019

19-09-2019

20-09-2019

28 et 29 nov. 2019

28-11-2019

29-11-2019

S'inscrire

[Nous contacter](#)