

DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE BRAND CONTENT : LE DIGITAL AU SERVICE DE LA MARQUE

MK109

2 jours (14h) 1 550,00 €^{HT}

Objectifs

S'approprier les fondamentaux d'une stratégie de brand content, en comprendre les particularités et les leviers • Développer un contenu de marque à forte valeur ajoutée pour engager sa communauté • Tirer parti du média Internet et des réseaux sociaux

Profil Stagiaire(s)

responsables marketing et communication, chargés de communication online et offline, toute personne souhaitant renforcer son usage marketing des nouveaux médias pour sa marque ou son entreprise

Pré-requis

Cette formation ne nécessite aucun pré-requis

Profil Animateur(s)

cette formation Marketing est assurée par un expert en stratégie marketing et en marketing interactif



PROGRAMME

Le brand content digital, la nouvelle communication des marques et leur nouveau défi

Origines et objectifs d'une stratégie de brand content : de la marque transactionnelle à la marque relationnelle

Les nouvelles tendances socio-marketing et attentes des consommateurs envers les marques

Les origines du brand content, son développement actuel fulgurant, son poids croissant dans les investissements marketing

Exercice : mini-quiz d'introduction

Du branded content au brand content

Développer un contenu intéressant et non plus intéressé, selon 3 angles d'approche : informatif et culturel, ludique et divertissant, utile et pratique

Des objectifs CT et LT variables entre marketeurs BtoC et BtoB

Les défis pour les marketeurs : acquérir de nouvelles compétences métier et mesurer l'efficacité du brand content

Zoom sur 20 cas de marques :

- . analyse des success stories
- . définition des meilleures pratiques
- . identification des erreurs à éviter

Distinguer les multiples formes et formats du brand content

Les 4 formes de brand content : brand content publicitaire, brand content éditorial, brand entertainment, content marketing

Les formats de contenu de brand content : articles de blog, livres blancs, études, infographies, vidéos, sondages en ligne...

Maîtriser les différences entre le marketing traditionnel et le marketing de contenu

Etablir une stratégie de contenu pertinente, efficace et cohérente avec sa marque

Les enjeux et le contexte de chacun des sites

Les objectifs de communication globaux et sur chacun des sites

Les cibles visées

Les messages-clés pour optimiser le référencement naturel

Un contenu cohérent avec l'ADN de la marque

Etude de cas : qu'est-ce qu'une marque remarquable ?

Contactez-nous

Conseiller formation
09 88 66 10 00
inscriptions@demos.fr

Nos sessions

22 - 23 avr. 2024 : Paris

2 - 3 sept. 2024 : A Distance

19 - 20 sept. 2024 : Paris

14 - 15 nov. 2024 : Paris

21 - 22 nov. 2024 : Paris

16 - 17 déc. 2024 : Paris

19 - 20 déc. 2024 : A Distance

DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE BRAND CONTENT : LE DIGITAL AU SERVICE DE LA MARQUE

MK109

2 jours (14h) 1 550,00 €^{HT}

Diffuser des contenus de marque de qualité et originaux

Proposer des contenus sur son site pour faciliter la conversion :

- . les contenus qui génèrent du trafic
- . les contenus premium qui permettent d'identifier les visiteurs et de les convertir en prospects
- . les techniques marketing pour convertir les prospects en nouveaux clients

Diffuser des contenus de marque sur les réseaux sociaux :

- . choisir le bon réseau social
- . adapter sa ligne éditoriale au réseau social
- . construire sa réputation sur les réseaux sociaux

Diffuser les contenus de marque auprès de sites tiers :

développer des relations durables avec les influenceurs tels que les blogueurs et la presse

Exercice : Illustrations sur Internet & réseaux sociaux

Evaluer l'impact et mesurer l'efficacité du brand content digital

Définir les indicateurs de mesure de la performance du content marketing digital : du ROI au ROA, ROE...

Exercice : retours d'expérience sur les tableaux de bord et principaux KPI

Méthodes pédagogiques & Evaluation

Cette formation alterne apports théoriques, exemples concrets et cas pratiques.

Eligible au FNE (test de positionnement amont)

Les sessions "A distance" sont réalisées avec l'outil de visioconférence Teams, permettant au formateur d'adapter sa pédagogie.

Suivi & Evaluation

Pour assurer un suivi individuel, Demos a mis en place 2 types d'évaluation :

Une évaluation de compétences en ligne en début et en fin de formation qui peut prendre différentes formes selon le contenu de la formation suivie : Tests d'évaluation des acquis, cas pratiques, mises en situation, soutenance devant un jury pour les formations à finalité certifiante.

Une évaluation de la satisfaction de chaque stagiaire est réalisée en ligne. Cette évaluation est complétée par l'appréciation du formateur à l'issue de chaque session.

Ressources pédagogiques

Support de formation, exercices...

Moyens techniques

Nos centres de formation DEMOS, accessibles aux personnes à mobilité réduite, sont tous équipés :

- Salles de formation lumineuses, spacieuses, design, ergonomiques, mobiles et équipées d'écrans plasma, de PC portables/fixes si nécessaire à la formation suivie
- Accès au wifi haut débit sur l'ensemble des lieux
- Espace de colearning et webcorners
- Cafés, collations et rafraîchissement sont offerts

Les sessions "A distance" sont réalisées avec l'outil de visioconférence Teams, permettant au formateur d'adapter sa pédagogie.

En complément

Cette formation fait partie de :

- Formation Responsable Communication (parcours pro)