

# DEVELOPPER UNE STRATEGIE BRAND CONTENT

<b>OBJECTIFS</b> > Appréhender l'approche brand content et développer des techniques narratives > Coordonner sa stratégie de contenus de marque avec sa stratégie globale > Evaluer la performance de sa démarche dans l'ensemble de sa stratégie média	<b>PUBLICS</b>	Salarié(e), Entrepreneur (se)
	<b>PRÉ-REQUIS</b>	Notions de marketing et de stratégies de communication
	<b>ÉVALUATION</b>	Formation basée sur l'apprentissage pratique, évaluation tout au long de la formation
<b>MODALITÉ D'ACCÈS À LA FORMATION</b> Entretien préalable + test (le cas échéant)	<b>VALIDATION</b>	Attestation de formation

## CONTENU DE LA FORMATION

### ÉLABORER UNE STRATÉGIE DE DIGITAL BRAND CONTENT

- Définir le contenu de marque
- Élaborer sa stratégie : objectifs, communautés cibles, médias, style et ton, fréquence. La logique POEM : Paid, Owned et Earned media

### ANALYSER ET CONSTRUIRE SA DÉMARCHÉ DE BRAND CONTENT

- Définir ses objectifs de marque en cohérence avec sa stratégie globale et ses publics : se différencier, fidéliser sur le long terme, créer une préférence de marque, asseoir sa notoriété, créer un lien fort avec ses consommateurs
- Quels contenus pour quelles marques ? Choisir la diversification logique et légitime en cohérence avec l'activité commerciale, la culture et l'identité de sa marque
- Envisager la co-création pour renforcer son accessibilité et favoriser l'adoption

### DÉFINIR LES DIFFÉRENTS TYPES DE CONTENU À DIFFUSER

- Définir une ligne éditoriale différenciante et cohérente. Quel contenu plurimédia pour quelle communauté ?
- Choisir le ton des messages
- Le story telling : l'histoire qui crée le mythe, l'émotion ou l'amusement
- Contenus d'expertise : devenir le guide de son secteur
- Contenus ludiques : le jeu, la viralité et l'interaction

### CONCEVOIR L'IDÉE PERTINENTE

- Améliorer l'expérience produit : proposer un contenu plus « intéressant » que « intéressé »
- Trouver l'idée puissante qui démontre la performance de ses services et leurs efficacités
- Penser le contenu en fonction de l'insight consommateur et se poser les bonnes questions :
  - Qu'est-ce que je peux faire pour mes cibles ?
  - Est-ce que ces dernières paieraient pour ce service ?
  - Pour quelle(s) raison(s) partageraient-elles le contenu ?
  - Quel(s) besoin(s) assouvir ou améliorer : simplicité d'utilisation, rapidité, disponibilité, esthétisme, inspiration... ?
  - Générer éventuellement du « earned media » : comment monétiser le contenu voire le transformer en source de revenus pour sa marque ?

### STRATÉGIE D'INBOUND MARKETING ET DIGITAL BRAND CONTENT

- Co-production de contenu avec les internautes. Utiliser les UGC (User generated Content) de sa communauté
- Obtenir et mesurer l'engagement des internautes et la propagation des contenus : like, commentaires, viralité et métriques à suivre (SMO)
- Les étapes du funnel de conversion
- Mixer le DBC à des actions promotionnelles : tweets sponsorisés, inMail sur LinkedIn, bannières etc

### APPLICATION

Étude de cas

## FORMATION EN PRESENTIEL

<b>LIEU</b>	Montpellier	<b>DURÉE</b>	14 Heures / 2 Jour(s)
<b>NOMBRE DE STAGIAIRES</b>	En groupe de 3 à 8 personnes <b>OU</b> en individuel		
<b>MÉTHODES PÉDAGOGIQUES</b>	<p><b>Formation intensive</b> basée sur des <b>travaux pratiques et / ou des études de cas</b> permettant l'acquisition d'un logiciel et / ou d'une méthodologie de travail afin de rendre le stagiaire <b>rapidement opérationnel</b>.</p> <p>A l'issue de la formation, envoi d'un support de cours et / ou d'une webographie résumant les notions abordées en formation.</p>		

<b>PLANNING</b>	<b>TARIFS</b>
<b>Formation en groupe :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Du 05 au 06.01.2023</li> <li>• Du 30 au 31.03.2023</li> <li>• Du 22 au 23.06.2023</li> </ul>	<b>PRESENTIEL GROUPE</b> > <b>Prise en charge</b> (CPF, Pôle emploi, Entreprise, ...) : 280 € > <b>Autofinancement</b> : adhésion* + 140 €
<b>Formation en individuel :</b> Planning personnalisé	<b>PRESENTIEL INDIVIDUEL</b> > <b>Prise en charge</b> (CPF, Pôle emploi, Entreprise, ...) : 420 € > <b>Autofinancement</b> : adhésion* + 350 €
	* Adhésion annuelle, acquittable une seule fois quelque soit le nombre de formations suivies

## FORMATION EN DISTANCIEL

<b>NOMBRE DE STAGIAIRES</b>	En groupe de 3 à 5 personnes <b>OU</b> en individuel	<b>DURÉE</b>	14 Heures / 2 Jour(s)
<b>MÉTHODE PÉDAGOGIQUES</b>	<p><b>Formation intensive</b> proposée en distanciel synchrone, sous forme de <b>classes virtuelles</b> avec alternance de sessions en direct et d'exercices pratiques / études de cas avec <b>suivi techniques / pédagogique par tchat et mail en continu</b> + la prise en main, le cas échéant, par le formateur de l'ordinateur du stagiaire à distance.</p> <p>A l'issue de la formation, envoi d'un support de cours et / ou d'une webographie résumant les notions abordées en formation.</p>		
<b>MOYENS TECHNIQUES</b>	Chaque stagiaire devra disposer d'un ordinateur personnel compatible avec la formation (configuration optimale + logiciel(s) installé(s)).		

<b>PLANNING</b>	<b>TARIFS</b>
<b>Formation en groupe :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Du 16 au 17.02.2023</li> <li>• Du 22 au 23.05.2023</li> </ul>	<b>PRESENTIEL GROUPE</b> > <b>Prise en charge</b> (CPF, Pôle emploi, Entreprise, ...) : 280 € > <b>Autofinancement</b> : adhésion* + 140 €
<b>Formation en individuel :</b> Planning personnalisé	<b>PRESENTIEL INDIVIDUEL</b> > <b>Prise en charge</b> (CPF, Pôle emploi, Entreprise, ...) : 420 € > <b>Autofinancement</b> : adhésion* + 350 €
	* Adhésion annuelle, acquittable une seule fois quelque soit le nombre de formations suivies