

DEVELOPPER UNE STRATEGIE BRAND CONTENT

OBJECTIFS > 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	PUBLICS Salarié(e), Entrepreneur (se)
MODALITÉ D'ACCÈS À LA FORMATION Entretien préalable + test (le cas échéant)	PRÉ-REQUIS Notions de marketing et de stratégies de communication
	ÉVALUATION Formation basée sur l'apprentissage pratique. évaluation tout au long de la formation
	VALIDATION 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 DÉMARCHE 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

Etude de cas

FORMATION EN PRESENTIEL

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

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

FORMATION EN DISTANCIEL

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

PLANNING	TARIFS
Formation en individuel : Planning personnalisé	DISTANCE INDIVIDUEL > Prise en charge (CPF, Pôle emploi, Entreprise, ...) : 420 € > Autofinancement : adhésion* + 350 € * Adhésion annuelle, acquittable une seule fois quelque soit le nombre de formations suivies