

LE CONTENT MARKETING


2 jours

CONSTRUISEZ UNE STRATÉGIE DE CONTENUS QUI CAPTE ET FIDÉLISE

PROGRAMME DE LA FORMATION

RÉPONDRE À LA MUTATION MARKETING GRÂCE AU CONTENT MARKETING

- › Être en phase avec l'évolution et état de l'art marketing

Quiz

- › Relever le défi du Content Shock
- › Faire les bons choix dans les approches récentes à valeur

Témoignages

S'ENGAGER DANS UNE STRATÉGIE DE CONTENUS

- › Engager l'entreprise et la marque : conséquences sur les plans marketing stratégique et opérationnel (lien avec la plateforme de marque)
- › Faire grandir l'orientation client : adopter les approches nécessaires
 - analyse du besoin
 - profilage persona
 - parcours client

Atelier en sous-groupes : votre stratégie annuelle – objectif et résumé managérial

ÉLABORER UN PLAN DE CONTENT MARKETING COHÉRENT

- › Mobiliser les bonnes ressources internes / externes
- › Aspects budgétaires d'une stratégie de contenu
- › Choisir son Unique Value Proposition + charte et ligne éditoriale
- › Évaluer son potentiel éditorial

Atelier : mon potentiel éditorial – draft sujets / thématiques

PROMOUVOIR ET DÉPLOYER LE MARKETING DE CONTENUS

- › Choisir les sujets et leviers adaptés à nos clients et nos ressources
- › Formaliser et partager son plan de contenus
- › Améliorer ses contenus et rester attractif grâce aux outils de l'innovation (Chat GPT...)
- › S'aider des techniques journalistiques, mythes... arts narratifs et storytelling
- › Animer le plan de contenus grâce aux différents supports et media (de l'emailing au livre blanc au podcast...)
- › Choisir les relais d'amplification
 - médias
 - réseaux sociaux
- › Accompagner le client dans le tunnel de conversion
- › Tenir la cohérence de ses prises de paroles

Atelier en sous-groupes : portrait chinois

PILOTER SON PLAN DE CONTENUS

- › Choisir ses indicateurs
- › Écouter les cibles et s'adapter aux besoins mouvants
- › Mesurer la performance de ses contenus : quel ROI pour une stratégie de contenu ?

Atelier : initiation de grille de pilotage sur cas participant

OBJECTIFS

Répondre à la mutation marketing grâce au Content Marketing.
S'engager dans une stratégie de contenus.
Élaborer un plan de content marketing cohérent.
Déployer le marketing de contenus.
Piloter son plan de contenu.

LES PLUS DE CETTE FORMATION

Des outils méthodologiques pour progresser rapidement : exercices, cas pratiques tout au long de la formation
Un partage d'expériences facilité par des méthodes pédagogiques incitatives

PUBLIC ET PRÉREQUIS

Responsables marketing, marketing-communication, digital, marketing client / relationnel, expérience client, promotion des ventes, chefs de marque / produit / marché, chefs de projet digital, responsables stratégie éditoriale, rédacteurs.
Il est nécessaire de disposer d'une connaissance ou d'une expérience du marketing de contenu : éditorial, vidéo, podcast, e-mail...

MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES, ENCADREMENT

Un questionnaire sur les attentes des participants est adressé 15 jours avant le début de la formation. Les méthodes pédagogiques incluent des apports théoriques et pratiques, un travail sur des cas concrets et des exemples d'application. Un support pédagogique est remis à chaque participant, et un accès personnel en ligne permet d'accéder à des e-ressources à l'issue de la formation. Nos consultants sont sélectionnés pour leur expertise métier, leurs compétences pédagogiques et leurs expériences professionnelles.

SUIVI ET ÉVALUATION

Feuille d'émargement et attestation de fin de formation
Évaluation à chaud et à froid

TARIFS

1 625 € HT - Réf : MPC-CMAR

Validité : 30 juin 2024

PROCHAINES SESSIONS

Formation à distance :
les 14 et 15 octobre 2024

Paris Montparnasse :
les 23 et 24 mai 2024
les 19 et 20 décembre 2024

