

CONSTRUIRE UNE STRATÉGIE DE BRAND CONTENT

Apprenez à construire une ligne éditoriale et à produire des contenus qui boostent votre marque



2 jours (14 h)

1200 € HT

Niveau : perfectionnement

Prochaines dates

> Cf site internet

Lieu

Paris – Lyon – Biarritz / Bordeaux

Profil animateur

Consultant Expert / Agence
Bam Communication

PROGRAMME

Cette formation est découpée en 5 parties

1. ANALYSE DE LA MARQUE ET DE SON PUBLIC CIBLE

— Identifier les valeurs, la personnalité et la mission de la marque

— Analyser le comportement et les attentes du public cible

— Définir les objectifs de la stratégie de brand content

=> exercice de rédaction et de mise en situation

Objectifs

— COMPRENDRE les principes fondamentaux du brand content et son importance dans la stratégie marketing

— MAÎTRISER les différentes étapes de la création et de la mise en œuvre d'une stratégie de brand content efficace

— SAVOIR évaluer les performances du brand content et ajuster la stratégie en conséquence

Pour qui

- > Responsable marketing et communication digitale.
- > Chef de projet marketing
- > Chef de projet communication
- > Assistante marketing ou communication

Pré requis

Une première formation ou expérience en marketing ou communication > 1 an

INDICATEURS

59 stagiaires formés en 2023
96 % : niveau de satisfaction

2. ÉLABORATION DE LA STRATÉGIE DE CONTENU

— Définir le positionnement de la marque et sa proposition de valeur

— Créer une ligne éditoriale en accord avec l'identité de la marque et les intérêts du public cible

— Choisir les formats de contenu les plus adaptés (articles de blog, vidéos, infographies, etc.)

=> exercice de mise en situation

3. CRÉATION DE CONTENU DE QUALITÉ

— Produire des contenus originaux, pertinents et engageants

— Adapter le contenu aux différents canaux de diffusion (site web, réseaux sociaux, newsletters, etc.)

— Intégrer les principes de storytelling pour renforcer l'impact du contenu

=> exercice de rédaction

4. DIFFUSION ET PROMOTION DU CONTENU

— Définir une stratégie de distribution pour toucher efficacement le public cible

— Utiliser les réseaux sociaux, le référencement naturel et les partenariats pour augmenter la visibilité du contenu

=> exercice de mise en situation

5. MESURE DE LA PERFORMANCE ET OPTIMISATION

— Suivre les indicateurs de performance (taux d'engagement, taux de conversion, etc.)

— Analyser les retours et les réactions du public pour ajuster la stratégie de contenu

— Effectuer des tests A/B et des analyses concurrentielles pour améliorer continuellement la stratégie

=> QCM fin de formation

ÉVALUATION questionnaire en fin de formation et exercices en fin de chaque partie

POURSUITE DE PARCOURS

A la demande selon objectif visé. Possibilité de poursuivre avec maîtriser les réseaux sociaux ou rédiger pour le web

LES + : MÉTHODES MOBILISÉES

Une approche transversale, structurée et complète + Des mises en application pratiques + Des supports

MODALITES – DÉLAIS – ACCÈS – CONTACT

Délai limite d'inscription : 72 h avant le début de la session - Nombre de participants par session : de 4 à 10 maxi
Formation accessible aux personnes en situation de handicap

Information : bonjouragencebam@gmail.com - Tél +33 (0)6 75 87 95 29 – agencebam.fr

Inscription : formation@atlans.fr - Tél +33 (0)6 83 87 47 22 – atlans.fr