



VENUS CONSULTING

**FORMATION**

# **Digital brand content**

**Élaborer une stratégie de Content Marketing**



# DIGITAL BRAND CONTENT

## Élaborer une stratégie de Content Marketing



VENUS CONSULTING

### PUBLIC

Responsables marketing, communication, chefs de projet marketing, responsables éditoriaux...

### prérequis

Aucun

### FORMATEURS)

Cette formation est animée par un professionnel formateur expert de Venus Consulting.

### OBJECTIFS VISÉS

- Connaître les spécificités du content marketing.
- Intégrer ses contenus de marque, sa stratégie globale et son positionnement digital.
- Évaluer l'impact de son approche brand content dans sa stratégie média.

## PROGRAMME

### 1 - S'APPROPRIER LES CARACTÉRISTIQUES DU CONTENT MARKETING

- Le marketing de contenu et le brand content : spécificités et objectifs.
- La typologie des contenus digitaux.
- Les registres et les vecteurs d'expression : le fil rouge narratif, le storytelling...
- Le panorama des acteurs : les marques, les médias, les régies, les producteurs...
- Le cadre juridique.

### 2 - CONSTRUIRE SA STRATÉGIE DE CONTENT MARKETING

- Définir ses objectifs de marque, ses territoires d'expression et la valeur.
- Cartographier ses contenus et évaluer leurs coûts de production.
- Intégrer le brand content dans sa stratégie de communication.
- Inciter les socionautes à coproduire.
- Créer une préférence de marque, asseoir sa légitimité et sa notoriété.
- Transformer les contenus en source de trafic/de leads pour la marque.

### 3 - DÉPLOYER SA STRATÉGIE DE CONTENT MARKETING

- Combiner les contenus/cibles/canaux/fréquence : les vidéos, les événements, les sites web, les RP digitales, les médias sociaux, les applications sur mobiles et tablettes...
- Intégrer la typologie médias POEM (Paid, Owned, Earned Media).
- Bâtir des partenariats marque-média et un plan média spécifique.

### 4 - PILOTER SA STRATÉGIE DE CONTENU

- Programmer sa chaîne éditoriale.
- Mobiliser les compétences internes et encadrer les prestataires.

### 5 - MESURER LES RÉSULTATS

- Choisir ses outils et indicateurs.
- Mesurer le ROI : l'image de sa marque, la notoriété, l'engagement, l'impact sur ses ventes.

#### PERSONNALISATION DE LA FORMATION

Un questionnaire préparatoire sera remis en amont de la formation au participant lui permettant de faire remonter auprès du formateur ses attentes et besoins spécifiques.

#### VALIDATION DES ACQUIS

- Évaluation des acquis de la formation par des cas pratiques, exercices, QCM... - Questionnaire d'évaluation à chaud proposé à la fin de formation - Une attestation sera remise au stagiaire à la fin de la formation