

Elaborer une stratégie de Brand Content

Développer sa marque grâce à une stratégie de contenu

→ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

La formation Elaborer une stratégie de contenu pour développer sa marque permet de:

Optimiser la stratégie d'une marque par une stratégie de contenu.

Définir une stratégie de contenu pour valoriser les marques.

Publics concernés

Professionnels du web ou de la communication : annonceur / agence / régie / média.

Prérequis

Aucun.

→ Site web / Réf : C1476

➤ **CATÉGORIE**
Fondamentaux

➤ **VOTRE CONSEILLER DE FORMATION**
Dominique CHARLIER / Tél. 01 49 83 24 07
dcharlier@ina.fr

DURÉE
1 JOUR

EFFECTIFS
8 pers.

Issy
> le 05/06/2020

Session intra sur demande

PRIX NET
DE TAXE
700 €



FORMATEURS

Consultant spécialiste des stratégies de contenu au service des marques, avantages et spécificités du Marketing Digital.

CONTENU

La formation vous permettra de comprendre le Brand Content, de repérer les dernières tendances créatives et de construire une stratégie éditoriale pertinente.

1. Qu'est-ce que le Brand Content ?

- Les limites de la publicité traditionnelle.
- Définition du Brand Content, caractéristiques et enjeux pour les marques.
- Histoire et développement du Brand Content - L'apport du digital.

➤ Du Brand Content anecdotique au Brand Content stratégique.

➤ Les dépenses des marques en Brand Content.

2. Mettre en œuvre une stratégie éditoriale

- Les grands types d'objectifs.
- Les étapes d'une stratégie éditoriale.
- Le choix d'un territoire éditorial en cohérence avec l'identité de la marque.
- La notion de ligne éditoriale, l'équilibre entre Brand Centric et Content Centric.
- L'approche par piliers de contenus.

3. Quels contenus créer ?

- Typologie des contenus et des formats.
- Exemples et études de cas par catégorie.
- Les bénéfices par format.
- Focus sur les contenus ludiques et divertissants et la valeur ajoutée du Digital.
- Les tendances éditoriales récentes.

4. Comment produire et diffuser les contenus ?

➤ La réorganisation de l'entreprise et les directions concernées.

➤ Avec quels partenaires travailler et comment les piloter.

➤ Les canaux de diffusion ; focus sur le rôle des réseaux sociaux.

➤ Les moments clés de diffusion.

➤ Les outils pour mesurer la performance d'une stratégie de Brand Content.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

➤ Analyse de cas concrets.

➤ Atelier : concevoir une stratégie de Branded Entertainment pour sa marque.