Communication digitale

Élaborer une stratégie de Content Marketing

2 jours (14h00) | ★★★★½ 4,6/5 | MKT-C19CONTENT | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 595 € ht

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- 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.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :
Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :
Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.
Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :
Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.
Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Aucun

Public concerné

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

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Module distanciel :

- E-quiz en amont/aval de la formation.

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.

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.

Déployer sa stratégie de content marketing

- Combiner les contenus/cibles/canaux/formats/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.

Piloter sa stratégie de contenu

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

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.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d’évaluation des acquis

Évaluation des acquis : Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression. Évaluation à chaud : À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation. Évaluation à froid : À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d’accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.