

Réseaux sociaux

## Content marketing et Brand content - Faites de votre marque un média

1 jour (7h00) | ★★★★★ 4,6/5 | WEB-DBC | Évaluation qualitative de fin de stage |  
Formation délivrée en présentiel ou distanciel <sup>(1)</sup>

Formations Multimédia > Réseaux sociaux et content strategy : faites de votre marque un média > Réseaux sociaux



### À l'issue de ce stage vous serez capable de :

- Comprendre les enjeux et contraintes du content marketing
- Justifier et mettre en oeuvre une stratégie de Brand content
- Faire le point sur les différents aspects du Brand content
- Donner les clés pour mettre en oeuvre une stratégie de Brand content pertinente et efficace
- Offrir aux marques un moyen innovant de communiquer avec leurs cibles.

### Niveau requis

Aucun.

### Public concerné

Professionnels du Web ou de la communication souhaitant initier ou optimiser une stratégie de Brand content pour une marque.

### 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 émarginée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

#### (1) Modalité et moyens pédagogique :

Formation délivrée en présentiel ou distanciel \* (e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance). Le formateur alterne entre méthodes \*\* démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation). La validation des acquis peut se faire via des études de cas, des quiz et/ou une certification.

Les moyens pédagogiques mis en oeuvre (variables suivant les formations) sont : ordinateurs Mac ou PC (sauf pour les cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel). Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne. Supports de cours et exercices.

\* Nous consulter pour la faisabilité en distanciel. \*\* Ratio variable selon le cours suivi.

# Programme

## Définition et exemples de Brand content

- Qu'est ce que le Brand content ?
  - Caractéristiques
  - Enjeux pour les marques
- Histoire du Brand content
- L'impact du digital sur l'évolution du Brand content
- Etat des lieux et panorama des acteurs

## Le Brand content : faire de sa marque un média

- Engagement des marques
- Attentes des consommateurs
- Création de valeur

## Mettre en oeuvre une stratégie de Brand content : le territoire éditorial de la marque

- Le territoire de marque
- Formulation des valeurs et objectifs
- Personae et carte d'empathie : quels contenus et quel angle éditorial ?
- Développer le capital sympathie de la marque
- Accroître la valeur perçue des produits

## Création des contenus

- Curation interne, externe, créer et faire créer
- Ligne éditoriale : la marque est un média
- Les formats et supports
- Textes
- Vidéo
- VR

## SEO et Brand content

- Rappel des fondamentaux SEO
- Mettre en oeuvre une stratégie éditoriale SEO friendly
  - Structure des contenus
- Recherche des lexies
- Co-occurrences sémantiques
- Indexation
- Bonnes pratiques pour rendre un contenu visible

## Exister sur les réseaux sociaux : évolution du community management

- Définition des "topics" et mise en place de veilles sur les réseaux sociaux
- Identifier et recruter les influenceurs
- Mesurer l'engagement
- Mettre en oeuvre une stratégie de diffusion
  - Veille
- Baisse de l'organique et sponsorship : quel avenir pour le social média ?

## Structure et organisation

- Organisation de l'entreprise et directions concernées
- Internaliser ou externaliser : avec quels partenaires travailler et comment les piloter ?
- Des fonctions dédiées indispensables

## Les acteurs du Brand content

- La communauté marketing et publicitaire dédiée au Brand content
- Les influenceurs et producteurs de contenus en direct

## Modalités d'évaluation des acquis

L'évaluation des acquis se fait :

- En cours de formation, par des productions
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation ou une certification (M2i ou éditeur)