

Stratégie de contenu : content et inbound marketing

Programme

JOUR 1

Introduction et quiz d'évaluation

1. Les critères d'une bonne stratégie content marketing

- Différencier le content marketing de l'approche brand content
- L'approche « persona driven » / « content centric »
- Développer les outils de marketing digital associés au contenu

Atelier : établir un calendrier éditorial

2. Anatomie d'une campagne réussie de content marketing

- Développer le potentiel de content marketing d'une marque : la phase d'audit
- Suivre le buyer journey
- Analyser le funnel marketing
- Mettre en œuvre et piloter la campagne

Atelier : élaborer une campagne de content marketing

3. Développer un storytelling digital efficace

- Concevoir une ligne éditoriale et la décliner en omnicanal
- Les contenus à privilégier par type d'objectif marketing

Atelier : Développer un storytelling efficace

DURÉE

2 jours / 14 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

1 890 euros HT

INTERVENANTS

Philippa LAUNAY, Fondatrice CEO en charge de la stratégie et du marketing - Zuma

Mathieu BAUMGARTNER, Spécialiste des médias et des contenus, ex-Universal Music Group

DATES

Consultez les dates sur notre calendrier P.8 ou sur media-institute.com

JOUR 2

4. Les fondamentaux de l'inbound marketing

- Les 4 étapes : Attract, Convert, Close, Delight et l'approche « content centric »
- Savoir définir un persona

Atelier : appréhender la planification

5. Choisir les bons outils de l'inbound

- Les outils pluridisciplinaires
- Le marketing automation

Atelier : choisir les bons contenus pour un parcours d'achat performant

6. Développer une stratégie d'inbound

- Les points clés et les facteurs de succès
- Mesure du ROI

Atelier : élaborer une stratégie d'Inbound

Conclusion et quiz de validation

DESCRIPTION

Une formation de deux jours pour comprendre les enjeux et étapes-clés d'une stratégie de contenu performante

COMPÉTENCES VISÉES

- Appréhender les bénéfices du content marketing pour une marque
- Mettre en place une stratégie de content et inbound marketing
- Faire de son content marketing un facteur-clé de croissance

PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Tous publics

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

EN PLACE OU À DISTANCE



Photo par Gonzalo Aragon sur Shutterstock