Contactez-nous :
formation@ccmbenchmark.com
01 47 79 54 18

Stratégie de Brand Content

Modalité : Sur-mesure
Niveau : Tout niveau

Présentation

Cette formation illustrée de nombreux cas pratiques fait le point sur les différents aspects du Brand Content, et aide l'annonceur à trouver les clés pour mettre en oeuvre une stratégie de contenu de marque pertinente et efficace.

Objectifs

- Intégrer la nouvelle approche que représente le Brand Content
- Définir, produire et diffuser des contenus de marque sur la durée en cohérence avec l'identité de la marque
- Connaître les différentes formes de Brand Content existantes et les dernières tendances pour stimuler sa créativité
- Proposer des contenus pertinents avec une vraie valeur ajoutée

Compétences acquises

Savoir présenter son entreprise sur le web à travers différents formats et utiliser le brand content pour créer l'identité de marque.

Pré-requis & Profil des participants

Elle s'adresse aux professionnels du web ou de la communication qui souhaitent initier ou optimiser une stratégie de Brand Content pour une marque.

Télécharger en pdf

Programme

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

- Les limites de la publicité traditionnelle
- Définition du Brand Content, caractéristiques, enjeux pour les marques

- Histoire et développement du Brand Content - l'apport du digital
- Du Brand Content anecdotique au Brand Content stratégique
- Le marché du Brand Content : les dépenses des marques en Brand Content

2. Définition de la stratégie de contenu pour une marque

- 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
- Les piliers de contenus

3. Création de contenus

- 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. Production et diffusion des 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