

Construire une stratégie de contenu performante

Public : Responsables marketing et communication, dirigeants, indépendants

Prérequis : Aucun prérequis spécifique

Durée : 2 jours (14 heures).

Format modulable : possibilité d'adaptation sur 1 jour (initiation)

Objectifs : À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Définir une stratégie de contenu alignée avec ses objectifs marketing
- Identifier les formats et canaux pertinents
- Structurer une ligne éditoriale cohérente
- Mettre en place un plan de production de contenu

Programme :

Comprendre les enjeux du content marketing

- Rôle du contenu dans une stratégie digitale
- Différence entre contenu informatif, commercial et éditorial
- Positionnement et image de marque

Définir sa stratégie de contenu

- Identification des cibles (personas)
- Définition des objectifs (visibilité, leads, engagement)
- Choix des canaux de diffusion

Construire une ligne éditoriale

- Définir les thématiques
- Adapter le ton et le style
- Structurer les messages

Choisir les formats de contenu

- Articles, vidéos, posts réseaux sociaux, newsletters
- Adapter les formats aux objectifs
- Réutilisation et déclinaison des contenus

Mettre en place un calendrier éditorial

- Planification des contenus
- Organisation de la production

- Outils de gestion

Mesurer et optimiser sa stratégie

- Indicateurs de performance (KPI)
- Analyse des résultats
- Ajustement des actions

Méthodes pédagogiques :

Apports théoriques.

Etudes de cas.

Ateliers de construction de stratégie.

Elaboration d'un calendrier éditorial.

Modalités d'inscription :

L'inscription est validée par un entretien téléphonique ou physique.

Modalités d'évaluation :

Auto-positionnement initial et final

Exercices pratiques tout au long de la formation

Questionnaire de validation des acquis