

Déployer une stratégie de contenu avancée

Public : Responsables marketing, responsables communication, responsables digitaux, dirigeants

Prérequis : Avoir une première expérience en marketing ou communication

Durée : 2 jours (14 heures).
Format modulable selon le niveau et les besoins

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

- Structurer une stratégie de contenu avancée
- Aligner contenu, acquisition et conversion
- Piloter la performance des contenus
- Industrialiser la production de contenus
- Mesurer le ROI des actions

Programme :

Définir une stratégie de contenu avancée

- Positionnement éditorial et différenciation
- Analyse concurrentielle et benchmark
- Définition des objectifs business
- Construction d'une stratégie multi-canal

→ *Atelier : formalisation d'un positionnement éditorial*

Intégrer le contenu dans un funnel marketing

- Rôle du contenu dans le parcours client
- Contenu TOFU / MOFU / BOFU
- Articulation avec acquisition et conversion
- Cohérence des messages

→ *Exercice : mapping des contenus par étape du funnel*

Structurer une production de contenu efficace

- Organisation interne
- Planification avancée
- Réutilisation et déclinaison des contenus
- Process et outils

→ *Atelier : construction d'un système de production*

Optimiser la performance des contenus

- SEO et contenus

- Distribution des contenus
- Optimisation continue

→ *Étude de cas : analyse de performance de contenus*

Piloter la performance et le ROI

- KPI de contenu
- Mesure de la performance
- Attribution et contribution au business

→ *Atelier : création d'un tableau de bord*

Méthodes pédagogiques :

Ateliers stratégiques, études de cas, construction d'un plan de contenu, outils opérationnels.

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