Le 29 mars 2024
MOD_2020153

Formation STRATÉGIE MARKETING DE CONTENU en ligne : Définir votre stratégie éditoriale pour dynamiser vos contenus et améliorer votre référencement naturel

Durée : 7 heures



Programme de la formation

Public visé

Directeur, directeur commerciaux, responsable communication et/ou Marketing / chargé de communication / Responsable digital / community Manager. Plus généralement, tout professionnel souhaitant concevoir et piloter une stratégie digitale.

Pré-requis

Maîtriser les fondamentaux de la communication et une pratique régulière d'internet.
Une connaissance des bases du référencement d'un site sera un plus.

Objectifs pédagogiques

- Maitriser l'enjeu du marketing de contenu pour le référencement de votre site
- Définir votre stratégie de contenu en fonction de vos ambitions digitales
- Imaginer, piloter, et organiser votre production de contenus

A l'issue de cette formation vous serez en mesure de définir votre stratégie éditoriale pour dynamiser vos contenus, d'améliorer le référencement de voitre site en analysant ses performances.

Description / Contenu

- Introduction au marketing de contenu : quels enjeux pour le référencement de votre site
- Évolution du marketing vers le digital
- Définition du marketing de contenu

- Le processus : structuration et définition de votre méthodologie avant de lancer votre stratégie de contenu
- Etude de cas d'écoles : Exemples de BRAND CONTENT (contenu de marque)
- Etat des lieux de vos contenus actuels
- Brainstorming des idées
- Les bases pour optimiser vos contenus
- Communiqué blog et relation influenceurs
- Impliquer les collaborateurs dans la stratégie Brand content : personal branding, social Selling, marques employeur...
- Focus sur le PERSONAL BRANDING (sa marque personnelle)·Introduction au marketing de contenu : quels enjeux pour le référencement de votre site
- Évolution du marketing vers le digital
- Définition du marketing de contenu
- Le processus : structuration et définition de votre méthodologie avant de lancer votre stratégie de contenu
- Etude de cas d'écoles : Exemples de BRAND CONTENT (contenu de marque)
- Etat des lieux de vos contenus actuels
- Brainstorming des idées
- Les bases pour optimiser vos contenus
- Communiqué blog et relation influenceurs
- Impliquer les collaborateurs dans la stratégie Brand content : personal branding, social Selling, marques employeur...
- Focus sur le PERSONAL BRANDING (sa marque personnelle)

Compétences acquises à l'issue de la formation

- Stratégie Digitale
- Inbound Marketing

Modalités pédagogiques

- Formation en Live Visio avec une formateur qui répondra à vos questions en direct
- La-le formateur-trice communiquera les informations nécessaires à l'entreprise afin que celle-ci puisse se connecter à la conférence à travers l'outil en ligne fourni par 1789.fr
- Formations avec apports théoriques appuyés par des études de cas, mise en situation sur les outils, explications imagées.
- Des exercices et des simulations avec débriefing

Moyens et supports pédagogiques

- Formation en live visio : La-le formateur-trice communiquera les informations nécessaires à l'entreprise afin que celle-ci puisse se connecter à la conférence à travers l'outil en ligne fourni par 1789.fr
- Atouts : Bénéficiez de l'expérience client-agence de notre équipe d'experts formateurs
- Moyen pédagogique : Training (cas pratiques, mises en situation, analyses de bonnes pratiques)
- Support : Le formateur vous remettra le support pdf de cette formation à l'issue de la session
- Un bilan de formation pourra être remise au dirigeant ou commanditaire de formation
- Mise en place d'un suivi personnalisé et possibilité de compléter la session avec un accompagnement coaching récurent
- Bilan annuel des actions de formation

Modalités d'évaluation et de suivi

- Signature d'une feuille d'émargement par les participants et le formateur

- Une questionnaire d'évaluation par les participants sur la session de formation et la réponse aux attentes et objectifs pédagogiques

Crédit : photo Unsplash - Aryan Singh

Informations sur l'accessibilité

Modalité d'admission et délais d'accès

Dates d'entrée en formation :

- En Intra : des dates sont proposées tout au long de l'année sur demande, dans des sessions jusqu'à 8 collaborateurs.
- En Inter : les sessions seront confirmées à partir de 3 participants engagés minimum, la session sera confirmée à J-7. Il est toujours possible de rejoindre une session INTER confirmées jusqu'à 48 heure avant la première session.

Matériel pour participer à une session de formation :

- En présentiel : apportez votre ordinateur portable avec chargeur, une connexion Internet wifi sera requise.
- En distanciel : vous devez disposer d'un ordinateur, d'une connexion Internet haut débit (supportant une séance visio), un casque audio est également recommandé (type kit piéton)

En fonction de la thématique de la formation, prévoyez les accès aux outils et plateformes de votre entreprise nécessaires depuis votre ordinateur (Google Analytics, Admin CMS, Admin Réseaux Sociaux, compte Google Ads....),

Témoignages des Participants

(si formation déjà réalisée dans sa forme et son programme actuel)