



Médias

Elaborer une stratégie de Brand Content

Développer une marque grâce à une stratégie de contenu

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

La formation Elaborer une stratégie de contenu pour développer sa marque permet de: Optimiser la stratégie d'une marque par une stratégie de contenu. Définir une stratégie de contenu pour valoriser les marques.

Publics concernés

Professionnels de l'audiovisuel, du web ou de la communication.

Pré-requis

Aucun.

Points forts

Une formation qui intègre de nombreuses études de cas.
Atelier créatif: Imaginer une stratégie de Brand Content pour une marque.
Focus sur le 'Vidéo Marketing'

FORMATEURS

Consultant spécialiste des stratégies de contenu au service des marques, avantages et spécificités du Marketing Digital.

CONTENU

La formation vous permettra de comprendre le Brand Content, de repérer les dernières tendances créatives et de construire une stratégie éditoriale pertinente.

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

- Marque annonceur et marque média
- Les limites de la publicité traditionnelle.
- Définition du Brand Content, caractéristiques et enjeux pour les marques.
- Histoire et développement du Brand Content - L'apport du digital.
- Du Brand Content anecdotique au Brand Content stratégique.
- Les dépenses des marques en Brand Content.

2. Mettre en œuvre une 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.
- L'approche par piliers de contenus.

3. Quels contenus créer pour une marque ?

- Typologie des contenus et des formats.
- Exemples et études de cas par catégorie.
- Les bénéfices par format.
- Les tendances éditoriales récentes; Slow et le Better Content

4. Comment produire des contenus pour une marque ?

- Les KPIs du Brand Content.

- La réorganisation de l'entreprise et les directions concernées.
- Avec quels partenaires travailler et comment les piloter.

5. Où et quand diffuser des contenus de marque ?

- 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.

6. Qui fait quoi dans le secteur du Brand Content ?

- Les prestataires des marques.
- Le nouveau rôle des médias.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Analyse de cas concrets.
- Atelier : concevoir une stratégie de Branded Entertainment pour sa marque.

MATÉRIELS UTILISÉS

Salle multimédia.

POUR PROLONGER CETTE FORMATION

Comprendre les modèles économiques du digital (C00994)

Diffusion et promotion de son projet artistique ou culturel (C01754)

Site web : campus.ina.fr

Réf: C01476

Catégorie

Fondamentaux

Votre conseiller de formation

Dominique Charlier 01 49 83 24 07 dcharlier@ina.fr

Durée

Nous consulter

Prix

[Nous consulter](#)

Mes notes :
