



Utiliser le gaming pour développer sa stratégie de marque

Catalogue de formations

2021/2022

Public concerné

- Directeurs et responsables marketing/e-marketing, chefs de produits, chefs de projets
- Directeur et responsables de communication, chefs de publicité
- Responsables Internet

Objectifs de la formation

- Identifier et évaluer les enjeux du Brand Content dans l'environnement digital
- Maîtriser les principaux outils permettant de définir et de déployer une stratégie Brand Content pertinente, innovante et efficace
- Suivre et mesurer les résultats et l'impact d'une telle stratégie

Les méthodologies et outils utilisés

- Une formation illustrée de divers exemples issus de secteurs d'activité variés et rythmée par des exercices d'application
- Etude de cas pratiques et analyse de campagnes marketing brand content récentes réussies
- Une formation interactive riche également grâce aux nombreux échanges, témoignages et retours d'expériences entre les participants

A l'issue de la formation les participants seront capables

- Développer et diffuser un contenu de marque pour communiquer efficacement auprès de sa cible digitale et lui procurer une expérience de marque unique

Paris

- 2 jours du lundi au vendredi selon vos disponibilités

Premier jour

Comprendre les principes clés régissant le Brand Content

- Présentation des différents formats
- Présentation des différents modes de diffusion

Définir la stratégie éditoriale de son contenu de marque

- Quels objectifs de communication ?
- Quelles cibles prioritaires ?
- Quels messages-clés pour maximiser le référencement naturel ?

Deuxième jour

Définir la ligne éditoriale de la marque

- Définir la « voix » de la marque et la décliner en fonction des différents supports
- Quelle typologie du contenu ? Quel niveau de qualité du contenu ? Quel format de contenu ?

Diffuser des contenus de marque

- Sur les réseaux sociaux
- Sur des sites tiers avec ou sans échange marchand

Mesurer le trafic généré et suivre en temps réel le R.O.I. du Brand Content via des KPI et tableaux de bord

2 jours (14h présentiel) - 1250 € HT