


Domaine : Information et communication - **Thématique(s) :** Marque

STAGES COURTS

BRAND CONTENT : BÂTIR UNE STRATÉGIE DE CONTENUS DE MARQUE

 **Dates :** Voir le calendrier

 **Lieu :** 77 Rue de Villiers, 92200 Neuilly-sur-Seine

€ **Tarif :** 1400 €

Modalité : Distanciel Présentiel

Formation : Validation partielle

OBJECTIFS

- Se familiariser avec l'écosystème du contenu de marque.
- Concevoir une stratégie de contenu de marque.
- Appréhender les compétences mises en œuvre pour la conception de contenu.

PUBLIC VISÉ ET PRÉ-REQUIS

Responsables communication, chefs de projets, chefs de publicité, responsables des opérations spéciales, chargés de clientèle.

PROGRAMME

Le contenu de marque, qu'est-ce que c'est et surtout à quoi ça sert?

- Les différentes formes du contenu de marque
- La place du contenu de marque dans une stratégie de communication
- Pourquoi créer du contenu de marque?

Étude de cas : Stratégie et conception d'un magazine de marque

Panorama et classification

- État des lieux du contenu de marque en France : chiffres et tendances
- Quels formats pour quels objectifs?
- Les différents métiers du contenu de marque

Les spécificités du contenu de marque sur le numérique

- Co-construire son contenu avec sa communauté (*User Generated Content*)
- Les nouveaux formats et canaux de diffusion (vidéos courtes, IGTV, YouTube, ...)

Définir une stratégie de brand content

- Identifier les besoins et insights de votre cible
- L'équilibre entre « *brand* » et « *content* »
- Délimiter les territoires de contenu
- Activer les canaux les plus pertinents

Atelier : définir une plateforme de contenu pour sa marque (trouver des insights, identifier des territoires et générer de l'intérêt)

Pilotage d'un projet de contenu de marque

RESPONSABLE(S) PÉDAGOGIQUE



Guillaume Ladvie

Session 1 DU 14/10/2021 AU 15/10/2021

CONTACT

 evelyne.durel@sorbonne-universite.fr

- Le calendrier éditorial
- Le déploiement média
- Les indicateurs de performance

Storytelling et Brand Utility

- Mettre en récit une marque
- Créer de l'utilité pour vos audiences
- Penser le contenu de marque comme une expérience

Atelier : Répondre à un brief imposé avec une proposition narrative
Synthèse et « 10 commandements » du Brand Content

MÉTHODES

- Apports théoriques.
- Ateliers collaboratifs.

CALENDRIER**Durée de la formation :****Rythme :** 2 jours**SESSION 1**du 14/10/2021
au 15/10/2021