

Content Marketing - les tendances pour 2024

Programme Pédagogique Détaillé

Date de dernière mise à jour : 13 février 2024

Présentation générale	2
Publics-cibles	2
Pré-requis	2
Objectifs pédagogiques	2
Contenu	2
Durée	4
Modalités et délais d'accès	4
Tarif	4
Moyens pédagogiques	4
Moyens techniques	4
Moyens d'encadrement	5
Modalités d'évaluation	5
Accessibilité aux personnes en situation de handicap	5
Contact	5

Présentation générale

Capter vos audiences en créant des contenus engageants et impactant !

Nous scrollons tous les jours l'équivalent de 2 terrains de foot de feed sur Instagram ou sur Tik Tok. Plus inquiétant encore, 95% des infos que nous recevons par email ne nous intéressent pas. À l'ère de la sur-information, les marques doivent réinventer leurs récits pour attirer leurs audiences et fidéliser leurs clients.

La clé se trouve dans la production de contenus répondant précisément à leurs problématiques, toujours créatifs et de haute qualité.

Publics-cibles

Collaborateurs des services marketing, communication, digital, e-commerce

Pré-requis : Avoir des notions de base sur le marketing digital et ses applications pour une marque

Niveau requis : Intermédiaire, Avancé

Objectifs pédagogiques :

1 - Élaborer une stratégie de Content Marketing :

- Définir la raison d'être de l'entreprise et rédiger des objectifs SMART pour orienter la stratégie de contenu.
- Identifier la cible et les buyer personas afin de personnaliser le contenu et maximiser son impact.
- Analyser les canaux de diffusion existants pour identifier les forces et les faiblesses, et mettre en place une stratégie éditoriale efficace.

2 - Mettre en œuvre une stratégie éditoriale :

- Concevoir une stratégie éditoriale comprenant l'identification des territoires d'expression, des piliers éditoriaux, des sujets/formats et des canaux de diffusion.
- Établir une Content Factory pour assurer une production régulière et de qualité.
- Activer les contenus à travers les différents canaux de diffusion et suivre leur performance pour ajuster la stratégie si nécessaire.

3 - Explorer et expérimenter les tendances éditoriales émergentes:

- Analyser les tendances éditoriales du moment, telles que l'impact de l'IA sur les moteurs de recherche et l'éco-conception.
- Élaborer des stratégies innovantes, telles que l'employee advocacy et l'Account Based Experience, pour améliorer la visibilité et l'engagement.

- Expérimenter de nouvelles approches, comme les récits de marque et les battlecards, pour se démarquer de la concurrence et maintenir une position de leader.

Contenu

Partie 1 : Construire sa stratégie de Content Marketing

- Définir la raison d'être de votre entreprise
- Rédiger ses objectifs selon la méthode SMART
- Définir sa cible et ses buyer personas
- Auditer ses canaux de diffusion pour en tirer les forces et les faiblesses
- Benchmarker ses concurrents : auditer et en tirer des convictions
- Définir sa stratégie éditoriale, incluant l'identification des territoires d'expression, des piliers éditoriaux, des sujets/formats et des canaux de diffusion
- Mettre en place sa Content Factory
- Activer ses contenus
- Suivre la performance de ses contenus
- Optimiser sa production

Partie 2 : Prenez de la hauteur et testez les 10 tendances éditoriales du moment

- Définissez votre Golden Donut : Pour qu'on vous choisisse... il faut que vous sachiez pourquoi vous vous levez le matin.
- Anticipez l'impact de l'IA sur les moteurs de recherche : Pour qu'on vous choisisse... il faut qu'on vous trouve.
- Misez sur l'éco-conception tout en restant créatif : Pour qu'on vous choisisse... soyez rôle model dans la réduction de votre impact carbone digital.
- Gagnez enfin en performance grâce à votre stratégie d'employee advocacy : Pour qu'on vous choisisse... faites de vos employés vos premiers ambassadeurs.
- Outillez-vous et misez sur le modèle hybride pour votre Content Factory : Pour qu'on vous choisisse... il faut tenir la distance.
- Donnez de la personnalité à votre marque : Pour qu'on vous choisisse... soyez plus incarnés.
- Faites décoller votre business grâce à l'Account Based Experience : Pour qu'on vous choisisse... proposez une expérience exceptionnelle à vos comptes clés.
- Réenchantez le monde par vos nouveaux récits de marque : Pour qu'on vous choisisse... émerveillez vos audiences.
- Délogez vos concurrents avec vos battlecards : Pour qu'on vous choisisse... il faut être armé contre la concurrence
- IA Générative : réduisez votre nombre d'outils : Pour qu'on vous choisisse... faites de l'IA votre alliée.

Durée : 3.5 heures

En distanciel

Modalités et délais d'accès

Les sessions sont déployées en inter-entreprise, selon un calendrier disponible sur le site <https://formations.ebg.net/content/inter-entreprise>

Tarif

Formation accessible dans le cadre d'une « adhésion EBG premium » ([cliquez ici pour en savoir +](#)) ou encore en souscrivant à 1 accès formation auprès de notre organisme de formation Faculté.s ([cliquez ici](#) pour consulter nos modalités).

Moyens pédagogiques

Chaque participant reçoit, en début de formation, un questionnaire de positionnement pour mieux comprendre la nature du projet visé par le participant et mieux apprécier les compétences de conduite de projet déjà acquises. Les résultats sont communiqués aux formateurs pour mieux comprendre le profil et les besoins des participants à la formation et adapter l'accompagnement en fonction des projets.

La formation se déroule en deux parties :

- Une première partie pour apprendre à cadrer sa stratégie de contenus. Durant cette phase, le formateur alternera entre explications de concepts théoriques et exercices pratiques. Les exercices pratiques s'appuient, à chaque fois, sur des templates à remplir suite à la démonstration par le formateur. Certains exercices nécessitent du temps et de faire appel à d'autres ressources comme des collaborateurs ou même des clients. Dans ce cas, les participants rempliront partiellement le template et pourront le compléter par la suite.
- Une deuxième phase de présentation des Content Trends 2024. Durant cette phase, le formateur s'appuiera sur des exemples pour illustrer les tendances et éveiller la curiosité des participants. Il procédera aussi à des quiz et invitera à la discussion ouverte.

Moyens techniques

La formation est proposée en distanciel.

Chaque participant reçoit le lien Webex pour se connecter

Le formateur et les participants signent, par demi-journée, une feuille d'émargement.

Moyens d'encadrement

La formation est assurée par un formateur expert dans la thématique ciblée, disposant d'une expérience professionnelle significative sur la thématique ainsi que d'une expérience significative en termes d'animation de formation.

Un CV des formateurs est disponible, sur demande.

Modalités d'évaluation

Les participants devront compléter, avant le début de la session, un formulaire de positionnement pour apprécier le niveau de chacun sur les compétences visées par la formation.

Le dispositif d'évaluation est composé de :

- Des études de cas seront réalisées pour pratiquer les techniques, outils et postures permettant de préciser le projet
- Un quizz sera réalisé pour évaluer la maturité de leur entreprise par rapport aux tendances actuelles du content marketing.

Une attestation de réalisation est remise à chaque participant à l'issue de la formation. Une attestation de réussite est remise aux participants satisfaisant les critères de réussite de la formation.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Cette formation est ouverte au plus grand nombre, et notamment aux personnes en situation de handicap. Une attention particulière sera portée, dans le cadre du processus d'inscription, pour comprendre la nature de la situation de handicap et envisager les modalités d'adaptation ou de compensation les plus adéquates. N'hésitez donc pas à nous contacter pour en discuter ensemble, en toute confidentialité.

Contact

Contactez nous :

Olga SEBE

07 80 91 18 65

Formations@ebg.net