

ÉLABORER UNE STRATÉGIE D'INBOUND MARKETING

Digital Brand Content, le contenu au service de la marque



À distance

Les objectifs de la formation

- Élaborer une stratégie de contenu de marque pertinente et engageante grâce à l'Inbound Marketing et au Digital Brand Content.

A qui s'adresse cette formation ?

Pour qui ?

- Responsable marketing et communication digitale.

Prérequis

- Aucun.

Durée :

2 jours (14 h)
+ certificat optionnel

Prix inter :

1.495,00 € HT

Forfait intra :

3.885,00 € HT

[Contactez nous](#)

Les points forts de la formation

- L'apprentissage d'une méthode structurée pour construire sa stratégie inbound marketing.
- De nombreux exercices pour rythmer la formation et mises en application pratiques.
- Des ressources pour mettre en œuvre après la formation tous ensemble.

Programme

1 - Appréhender les grands principes de l'inbound marketing

- À quoi sert l'inbound marketing.
- Respecter le RGPD.
- Le tunnel de conversion.

2 - Élaborer une stratégie d'inbound marketing

- Générer du trafic sur son site : SEO, pages piliers.
- Optimiser son site pour la conversion : landing pages.
- Transformer les leads en clients : le lead nurturing.

3 - Construire sa démarche de brand content

- Définir une charte éditoriale et choisir le ton des messages.
- Choisir le type de contenu selon son objectif.
- Contenus d'expertise : devenir le guide de son secteur.
- Contenus ludiques : le jeu, la viralité et l'interaction.
- L'intelligent content et l'UGC (user generated content).

4 - Diffuser et promouvoir ses contenus

- Identifier les canaux de diffusion : la logique POEM.
- Les formats à privilégier sur les réseaux sociaux.
- Trouver des relais : collaborer avec les influenceurs.
- Maximiser sa visibilité avec les opportunités publicitaires.

5 - Mesurer et piloter sa stratégie

- Définir ses KPI.
- Calculer le ROI de ses campagnes.
- Analyser les statistiques.