

RENDRE SA MARQUE DIGITALE ET OPTIMISER SES CONTENUS POUR LE WEB

Module 2 de la formation « Digital Marketing et Communication »

DURÉE	DATES	LIEU DE FORMATION
3 jours	16 et 30 septembre 2021, 1er octobre 2021	ESC Clermont Business School 4 Bd Trudaine, 63000 Clermont-Ferrand

Intervenants

Emmanuel CHEVALLIER
Concepteur-rédacteur
Agence Periscope

Julien GOUTTENEGRE
Directeur associé
Agence Periscope

Clément FONTY
Chargé de projet
Design et Édito
Agence Periscope

Objectifs

Appréhender les (nouveaux) enjeux des marques dans un monde digital

Savoir structurer des réflexions de communication online et offline

Créer une stratégie de Brand Content qui vous ressemble et qui s'adapte aux différents supports composant votre écosystème digital

Se fixer des objectifs et adapter vos critères d'évaluation selon les attentes prédéfinies (engagement, adhésion...)

Définir les grandes lignes de sa plateforme de marque afin d'orienter sa production de contenu dans une logique d'ancrage et de mémorisation

Créer une ligne éditoriale robuste et durable en veillant aussi bien au fond qu'à la forme

Maîtriser les règles de l'écriture web en s'adaptant aux nouveaux usages d'Internet

Publics concernés

Tout profil marketing, communication débutant et/ou avancé

Toute personne amenée à prendre des décisions stratégiques, marketing ou commerciales

Toute personne amenée à communiquer au nom d'une organisation

Toute personne amenée à concevoir et à améliorer les contenus d'un site web : (chargé(e) de communication, responsable marketing, chef d'entreprise, rédacteur, webmaster...)

Formations complémentaires associées

Les autres modules de la formation « Digital Marketing et Communication »

Programme détaillé

SÉQUENCE 1 : LA MARQUE À L'ÈRE DU DIGITAL

Et si on parlait langage et communication ?

La marque : les fondamentaux

Marque digitale & Brand design

Fabriquer des souvenirs

SÉQUENCE 2 : L'ENJEU DU BRAND CONTENT

Le digital Brand Content « une opportunité pour les marques »

Méthodes et stratégies à adopter sur les réseaux sociaux

Définir sa stratégie de Brand Content

Case studies

SÉQUENCE 3 : PENSER & OPTIMISER SES CONTENUS POUR LE WEB

Concevoir et réussir un projet éditorial web

Maîtriser les règles de l'écriture web

Activités pédagogiques associées :

apports, échanges, applications, quizz interactifs