

# Stratégie éditoriale et contenus digitaux



## Objectifs de la formation

Diffuser le bon message, au bon endroit, au bon moment... La stratégie de Contenus répond à la question du bon message. Qui est mon audience ? Comment créer une stratégie conversationnelle ? S'adapter aux formats et contexte de diffusion.



## A qui s'adresse cette formation

- Responsable de communication institutionnelle.
- Responsable marketing produit, marketing client.



## Les plus

- + Une couverture complète des thèmes de la communication digitale
- + Un intervenant très expérimenté
- + Une formation adaptée au secteur de la santé



## Informations pratiques

- Durée de chaque module : 6 heures
- Formation en présentiel

## Les fondamentaux

### thèmes abordés

- ✓ Qu'est-ce qu'une stratégie de contenus ?
- ✓ Pour quels objectifs ?
- ✓ Les piliers d'une stratégie
- ✓ Stratégie de diffusion

**1**

## Définir une stratégie éditoriale

### thèmes abordés

- ✓ Comment définir une ligne éditoriale ?
- ✓ Comprendre ses audiences
- ✓ Analyser la concurrence
- ✓ Choisir la tonalité

**2**

## Production / diffusion

### thèmes abordés

- ✓ Les différents médias
- ✓ Les réseaux sociaux
- ✓ Google Ads / Facebook Ads
- ✓ Les places de marché en santé
- ✓ Linkedin

**3**

## Les acteurs

### thèmes abordés

- ✓ Les principaux formats
- ✓ Focus sur la vidéo
- ✓ Formats et réseaux sociaux
- ✓ Focus sur l'Influence marketing

**4**