

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

1

thèmes abordés

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

Définir une stratégie éditoriale

2

thèmes abordés

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

Production / diffusion

3

thèmes abordés

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

Les acteurs

4

thèmes abordés

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