



# Programme de formation

## Elaborer une stratégie d'Inbound Marketing

Aujourd'hui, l'image donne envie de lire le texte et non l'inverse. Cette formation s'adresse à tous ceux qui souhaitent acquérir les fondamentaux théoriques et pratiques du marketing par l'image. Comme en témoigne le succès grandissant de plateformes telles qu'Instagram, Pinterest, Tumblr, Snapchat... la place de l'image est de plus en plus prépondérante sur Internet, notamment sur les sites des grands médias. Elle fournit les méthodes et techniques clés pour être performant dans sa communication par l'image

### Les objectifs de la formation

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

### Les contenus de la formation

#### M1 Elaborer une stratégie de Digital Brand Content

- Définir le contenu de marque
- Élaborer sa stratégie : objectif, communautés cibles, médias, style et ton, fréquence...
- La logique POEM
- Budget et indicateurs de performance

#### M2 Définir les différents types de contenus à diffuser

- Définir une ligne éditoriale
- Choisir le ton des messages
- Le story telling
- Contenus d'expertise : devenir le guide de son secteur
- Contenus ludiques : le jeu, la viralité et l'interaction
- Gérer les aspects juridiques et les droits d'auteurs

#### M3 Déterminer les formats et médias pertinents

- Cartographie des formats : vidéos, live, photos, billets techniques, slides share, livres blanc, webinar, TV, séries, clips...

- Choisir le format adéquat selon l'objectif
- Mixer plusieurs formats pour favoriser la diffusion et engager sa marque dans les conversations (PTAT)
- Le blog dans une stratégie d'Inboundmarketing en BtoB

## M4 Stratégie d'Inbound Marketing et Digital Brand Content

- Co-production de contenu avec les internautes
- Utiliser les UGC (User Generated Content) de sa communauté
- Obtenir et mesurer l'engagement des internautes : like, commentaires, viralité et métriques à suivre (SMO)
- Les étapes du funnel de conversion
- Mixer le DBC à des actions promotionnelles : tweets sponsorisés, inMails sur LinkedIn, bannières etc

### Nos principes d'action

- Théorie
- Partage d'expériences de la part des formateurs et stagiaires
- Exemples de présence professionnelle

### Évaluation

- Evaluation formative : en amont de formation par test de positionnement.
- Evaluation sommative à travers un questionnaire de fin de formation.
- Attestation de stage
- Feuille de présence
- Certificat de réalisation
- Evaluation à froid : à 3 mois.

### Le public concerné

- Tout public concerné par la communication
- Directeurs de communication, des Chargés de communication, des Responsables des relations extérieures, des Responsables des RP, des Attachés de presse, des Chefs de projets, des Chefs de produits.
- Programme accessible aux personnes handicapées : nous consulter

### PRE-REQUIS :

- Avoir un ordinateur, un portable

## Le lieu

- Formation chez le client

## La durée et les horaires

- Formation de 2 jour soit 14 heures.

## Le formateur

**Laurence Paul**, Formatrice GM ! Conseil Formation  
Directrice artistique et experte réseaux sociaux



GM! Conseil Formation EURL au capital de 3000€  
22 rue Marquise de Barol • 49360 Maulévrier • 06.09.89.35.42  
gmeriere@gm-conseil-formation.fr • www.gm-conseil-formation.fr  
Déclaration d'activité enregistrée sous le n° 52490300149, auprès de la région Pays de la Loire  
N° d'immatriculation : 799 459 573 R.C.S. Angers