

DE LA MARQUE AU MEDIA : CREER UN CONTENU QUI COMPTE

Inscription par mail et réponse sous 48h (jours ouvrés) avec un délai de réalisation 1 mois minimum. La formation est organisable en sur-mesure. Pour toute situation de handicap, nous contacter pour envisager la faisabilité. Réservation, contact et informations :

catherine@lacademie-du-newbiz.com

Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes, quiz d'évaluation pour évaluer le niveau de connaissance en matière de brand content, stratégie éditoriale, organisation newsroom et diffusion des contenus.

Module 1 – Brand content : maîtriser les bases du contenu de marque pour en faire un levier puissant de visibilité et d'engagement .

- 1.1. Décrypter les grandes tendances actuelles du contenu de marque.
 - 1.2. Explorer et comparer les meilleures pratiques de marques médias pour s'inspirer.
 - 1.3. Analyser un cas de transformation réussie d'une marque en média.
- Atelier : Concevoir une baseline et un positionnement éditorial différenciant lors d'un atelier pratique.

Module 2 – Stratégie éditoriale : bâtir une stratégie éditoriale claire, cohérente et durable

- 2.1. Identifier les différentes typologies de contenus et leurs objectifs.
 - 2.2. Explorer les nouveaux formats et innovations à suivre.
 - 2.3. Définir une ligne éditoriale et des piliers pérennes adaptés à la marque.
- Atelier Concevoir une stratégie éditoriale complète lors d'un atelier de mise en situation (3 profils clients au choix).

Module 3 – Newsroom : produire efficacement

- 3.1. Expliquer la définition et le rôle d'une newsroom moderne.
 - 3.2. Organiser et planifier la production éditoriale, en intégrant l'apport de l'IA.
 - 3.3. Produire efficacement des contenus adaptés à différents supports.
 - 3.4. Sélectionner les plateformes pertinentes et les formats associés.
 - 3.5. Mettre en place une content factory adaptée aux besoins de la marque.
- Atelier : Créer en groupe un contenu décliné sur plusieurs supports lors d'un atelier pratique.

Module 4 – Newsroom : méthodologie et workflow

- 4.1. Structurer l'organisation d'une newsroom en définissant rôles et responsabilités.
 - 4.2. S'inspirer de modèles issus des médias pour optimiser la production.
 - 4.3. Cartographier les métiers du contenu et leur articulation dans une newsroom.
 - 4.4. Décrire et appliquer les étapes clés d'un workflow de production.
- Atelier Concevoir une méthodologie de production idéale

Module 5 – Amplifier et diffuser

- 5.1. Anticiper la diffusion des contenus pour maximiser leur impact.
 - 5.2. Choisir les canaux sociaux en fonction des objectifs de communication.
 - 5.3. Mobiliser l'influence, les événements et les partenariats comme leviers d'amplification.
- Atelier : Analyser et décrypter une stratégie de contenus réussie

Conclusion

Évaluation individuelle des acquis, quiz de validation de l'atteinte des objectifs.

Participants

Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires

Tarifs

À partir de : 2600 € H.T. / j

Un devis sera établi sur demande

Durée

Une journée en intra entreprise

Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

Moyens mobilisés

Présentation et support de formation projeté. Ordinateur individuel et connexion wifi.



Intervenante

Anna Rognon Désirée
CEO & fondatrice de Take Off, collectif expert en stratégie de contenus et du media Surf Cities

Intervenante dans les écoles ESD, ESP, EFAP et directrice du module stratégie digitale de l'ESD / Ecole Supérieure du Digital

15 ans passés en agence de communication (TBWA) et dans les medias (Prisma Media) au newbiz, pour développer de nouveaux métiers de communication au sein des groupes médias. Création de l'agence de création de contenu pour Prisma Media, IDEAT et pour le groupe Infopro Digital

Objectifs

- Analyser les mécanismes de création, production, animation et amplification de contenus.
- Définir et déployer une stratégie de contenus efficace pour construire un média puissant.
- Organiser, planifier et produire des contenus adaptés à l'ensemble des supports.

Public visé

- Cette formation s'adresse aux professionnels du marketing, de la communication,
- Dirigeant, Cadre, Manager,
- Commercial, Production, Social media ...
- Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...) amenée à développer l'image de sa marque ...
- Aucun prérequis nécessaire

Méthode

La formation privilégie l'interactivité : théorie et pratique sont alternées. La réflexion et l'échange sont privilégiés avec des mises en pratique, à partir de cas vécus par les participants, d'ateliers, de quiz, de méthodologies illustrées d'exemple puis d'applications en situation

Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis