

# Formation : Créer sa stratégie de contenu pour promouvoir et diffuser ses offres et/ou son image

Cours Pratique de 8 jours - 64h  
Tarif : 2560€ HT

Ce programme contribue au développement professionnel des salariés, chef d'entreprise, intermittents du spectacle... pour les artistes dans ces secteurs.

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Développer une stratégie éditoriale complète  
Créer des lead magnets efficaces  
Élaborer un planning éditorial sur trois mois

## LE PROGRAMME

Dernière mise à jour :  
05.03.2024

### 1) Introduction : Le marketing digital, l'inbound et le marketing de contenu

### 2) Les bases pour votre stratégie Web

- Définir ses objectifs pro
- Étude de marché et benchmark de la concurrence
- Définir sa cible et personas

### 3) Les parcours importants à connaître pour votre stratégie Web

- Parcours Clientèle
- Parcours Inbound
- Fichier externe
- Le Content Mapping pour créer des contenus pertinents
- Content Mapping : Comment remplir son document

### 4) Définir votre stratégie éditoriale et faire votre charte éditoriale

- Qu'est-ce qu'une charte éditoriale ?
- Créer votre charte éditoriale 1/3 : Les bases de votre communication
- Créer votre charte éditoriale 2/3 : Ligne éditoriale et guide de style
- Créer votre charte éditoriale 3/3 : Le reste du document
- Choisir les bons contenus : Les bons formats
- Choisir les bons contenus : Les bons sujets



## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Méthodes pédagogiques actives et participatives. Alternance de théorie/pratique avec application

au  
contexte et expériences des participants.

## TRAVAUX PRATIQUES

Cas pratique appliqué aux différentes phases d'un projet.

## PARTICIPANTS

Futurs chefs de projet, MOE, MOA, intermittent, toute personne impliquée dans un projet.

## PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

## COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

## MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, LH COMMUNICATION fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'emargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

## MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

## ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mr Mouaoued référent handicap, à l'adresse suivante [aziz@lhcommunication.fr](mailto:aziz@lhcommunication.fr) pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.



## 5) Attirer du trafic avec ses contenus et communication des contenus

- Les 4 étapes du Parcours Inbound
- Le minimum vital pour votre stratégie Web
- Présentation d'un outil de mailing : Sendinblue
- Présentation d'un outil de mailing : Convertkit
- Le Contenu Pilier super puissant (core content)
- Trouver son Contenu Pilier
- La magie du Contenu Pilier pour votre stratégie marketing digital
- Exemples de stratégie de contenu
- La Stratégie du Recyclage de contenu (réutilisation)
- Recyclage de contenu : Exemple 1
- Recyclage de contenu : Exemple 2
- Recyclage de contenu : Exemple 3
- La Stratégie du recyclage de contenu : La solution !
- Faire la communication de vos contenus (attirer du trafic)

### CONTACTS

formation@lhcommunication.fr  
www.lhcommunication.fr  
tel : 02 35 49 94 70

### LIEU

LH COMMUNICATION  
1 Rue du Bastion, 76600  
LE HAVRE

## 6) Convertir les visites en prospects grâce aux leads magnets

- Les Leads Magnets
- Idées et exemples de Leads Magnets
- Comment créer votre Lead Magnet
- Lead Magnet : 2 exemples du processus en entier
- Lead Magnet : La suite du processus
- Contenu Gratuit ? Contenu Payant ?
- Lead Scoring et Lead Nurturing
- Le Lead Scoring
- Nouveauté ! Faire votre Lead Scoring avec Matomo Analytics
- Le Lead Nurturing
- Contenu Flow (chemin des contenus)

## 7) Conclure en clientèle grâce au Lead Nurturing

- Nourrir la relation avec son audience
- Qu'est-ce qu'un contenu "adapté" ?
- Exemple de contenus adaptés
- Inciter au premier achat : Les freins
- Frein #1 : La peur de se vendre
- Frein #2 : Forcer à acheter
- La suite dans notre entonnoir Inbound Marketing...
- Les outils utiles : CRM
- Les outils utiles : Automation
- Présentation d'outils d'Automation
- Les outils utiles : Outil de suivi des statistiques web

## 8) Planifier et organiser sa stratégie de contenu

- Votre Stratégie Long Terme pour un max d'efficacité
- Remplir son document pour définir sa Stratégie de Contenu Long Terme
- Parenthèse motivation bis
- DOC : Le Planning Éditorial
- Le Planning Éditorial (et content mapping)
- Importance du planning éditorial
- Comment remplir son planning éditorial



## 9) Trouver des idées de contenus

- Les recherches en interne
- Les recherches sur les internets (en lecture)
- Comment générer des idées pour vos contenus
- Idées pratiques de contenus

## 10) Conseils pratiques 1: Créer un BON contenu

- Faire des contenus EFFICACES
- Techniques de rédaction : Viralité et storytelling
- Le visuel de vos contenus
- Le bon titre pour vos contenus
- Le SEO dans tous ses formats
- Bien s'adresser à toutes et à tous

## 11) Conseils pratiques 2 : Bien s'organiser

- Les outils utiles
- Conseils pour vous organiser
- La programmation des posts / publications
- Conseils pour vos posts réseaux sociaux
- Conseils pour créer vos contenus vidéos

## 12) Conclusion de la formation

Créer sa stratégie de contenu pour promouvoir et diffuser ses offres et/ou son image