PROGRAMME DE FORMATION · MARKETING · MARKETING DIGITAL

À distance, en classe virtuelle

Concevoir une stratégie de content marketing qui engage

Réf MM-PROG-MKG-1-013-14H · v1.0 · Novembre 2026

14h	2 jours	4	1 190 €
VOLUME HORAIRE	DURÉE	MODULES	HT PAR PARTICIPANT

Structuration ou refonte d'une stratégie éditoriale multicanal cohérente avec la marque.

À L'ISSUE, VOUS SAUREZ

1. Définir une ligne éditoriale alignée avec la marque et ses publics
2. Cartographier les formats et canaux pertinents
3. Construire un calendrier éditorial structuré (piliers, rubriques, cadence)
4. Piloter la production du content marketing avec des contributeurs internes ou externes
5. Mesurer la performance de la stratégie de contenu

POUR QUI

Responsables marketing et communication, content managers, chargés de communication. Intermédiaire en communication digitale et content marketing.

AVANT DE COMMENCER

Connaissance du marketing digital et de la communication

Poste de travail avec accès à internet

Disposer d'éléments de marque et de cibles à activer pendant la formation content marketing

APERÇU DU PARCOURS

MODULE 1

Enjeux du content marketing et stratégie éditoriale

Plateforme de marque et identité éditoriale

MODULES 2 ET 3

Formats et canaux en content marketing · Calendrier et production du contenu marketing

Cartographie des formats (article, vidéo, podcast, infographie, social) · Piliers de contenu et rubriques

MODULE 4

Pilotage et performance en content marketing

KPI éditoriaux (audience, engagement, conversion)

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Alternance d'apports
- Études de cas
- Ateliers de conception

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MODULE 1 · 3H

Enjeux du content marketing et stratégie éditoriale

Plateforme de marque et identité éditoriale · Personas et insights audience · Ligne éditoriale : promesse, ton, sujets, angles · Positionnement du content marketing dans la stratégie de marque et d'acquisition

MODULE 2 · 5H

Formats et canaux en content marketing

Cartographie des formats (article, vidéo, podcast, infographie, social) · Choix des canaux (site, réseaux sociaux, newsletter, médias) · Adaptation cross-canal et règles de déclinaison

MODULE 3 · 4H

Calendrier et production du contenu marketing

Piliers de contenu et rubriques · Construction du calendrier éditorial · Brief, production, validation et publication

MODULE 4 · 2H

Pilotage et performance en content marketing

KPI éditoriaux (audience, engagement, conversion) · Outils de tracking et reporting · Plan d'action

ÉVALUATION · SATISFACTION

Avant

Positionnement initial

Fin de formation

Projet final de stratégie et calendrier éditorial · Livrable : stratégie éditoriale et de content marketing formalisée, calendrier éditorial

Bilan

Auto-évaluation de fin de formation + Attestation de fin de formation Mediamed précisant les compétences acquises

À chaud

Questionnaire de satisfaction anonyme

PROFIL FORMATEUR

Formation animée par un formateur expert du domaine, sélectionné et suivi par Mediamed.

Informations pratiques

INSCRIPTION

Par mail à contact@media-med.fr ou via le formulaire en ligne sur www.media-med.fr

DÉLAI D'ACCÈS

Inscription possible jusqu'à 15 jours avant le début de la session, sous réserve de places disponibles. Réponse sous 48 h ouvrées.

TARIF

1 190 € HT par participant
Financement OPCO ou direct

ACCESSIBILITÉ

Formation accessible aux personnes en situation de handicap : adaptations étudiées avec vous. Référent handicap : Olivier Virault · contact@media-med.fr · 09 54 05 52 44