



LE FACILITATEUR

MARKETING DE CONTENU


MARKETING DE CONTENU

PLAN :

1. Définition du marketing de contenu ;
2. Les différents types de contenus ;
3. L'apport des contenus ;
4. Le copywriting ;
5. La méthode AIDA ;
6. L'image de marque ;
7. Le Logo ;
8. Introduction à canva ou capcut.

MARKETING DE CONTENU

Définition

A person is shown from the side, looking at a laptop screen. The laptop is open on a wooden desk. The person's hand is visible near the keyboard. The image has a warm, orange-toned overlay that is semi-transparent, allowing the background scene to be visible but slightly blurred. The text is centered within this overlay.

Le Marketing de Contenu ou Content Marketing en anglais est une stratégie longue-terme qui consiste en la création et distribution de contenus, qui permettent d'éduquer, de divertir et de répondre aux problématiques de l'audience tout en prouvant son expertise. Le marketing de contenu est un véritable levier de croissance avec à la clé de la visibilité, des nouveaux clients et une meilleure fidélisation.

MARKETING DE CONTENU

Les différents types de contenu

LES DIFFERENTS TYPES DE CONTENU



VIDÉOS-LIVE

Produire des courts formats (vidéo) ou long (live), animé, fluide et informatif qui se consomment facilement.



EVENT-TIMELINE

Crée ton emploi du temps en ligne, Organise des évènements ou contenu pour échanger avec ta cible et créer une relation de confiance.



MESSAGE-INTERACTION

Interagi directement avec ton audience.



ARTICLE-E-BOOK-STORYTELLER

Démontrer ton expertise sur des thématiques ciblées de ton domaine.

LES DIFFERENTS TYPES DE CONTENU



Like-COMMENTAIRE

Crée des contenus engageant... L'audience doit toujours aimer ou commenter.



NEWSLETTER

Mail d'information périodique permettant un contact direct avec les prospects/clients.



PHOTOS

Produire des visuels de très bonne qualité, pas chargé. Intégrer du call to action ou de l'information qui se consomment facilement.



EMAILING

Mail de call to action, qui permet d'acquérir une nouvelle clientèle,

LES DIFFERENTS TYPES DE CONTENU



SLIDESHARE

Un format de présentation style écran (2 à 5 pages) pour partager tes idées, astuces ou conseils.



ENQUÊTES-RECHERCHE

Effectue des enquêtes de satisfaction ou d'acquisition de connaissance puis présente les résultats à ton audience en y ajoutant ton analyse.



JEUX CONCOURS

Permet de mieux connaître ta cible en récupérant des informations stratégiques. Les incités également à l'achat.



PODCAST

Contraction "iPod + Broadcast" permet de diffuser un contenu en format vidéo ou audio.

MARKETING DE CONTENU

L'apport des contenus

L'APPORT DES CONTENUS

Devenir une autorité sur votre marché

Avec de bons contenus attractifs, humoristiques ou instructifs, vos prospects comprendront mieux vos produits ou services.

Augmenter votre visibilité

Les contenus de qualité répondent à un besoin fort et sont visibles. Les meilleurs que vous lisez vous ont été recommandés par l'algorithme ou partagés par vos amis/abonnés.

Doper votre revenu en convertissant vos prospects en clients

Satisfaire les prospects, à force de lire vos contenus et à interagir là-dessus, ils passeront très probablement à l'action. Fidélisez les ensuite !

Augmenter le trafic sur sa page ou son site internet

C'est sûrement le bénéfice le plus évident, important et stratégique.



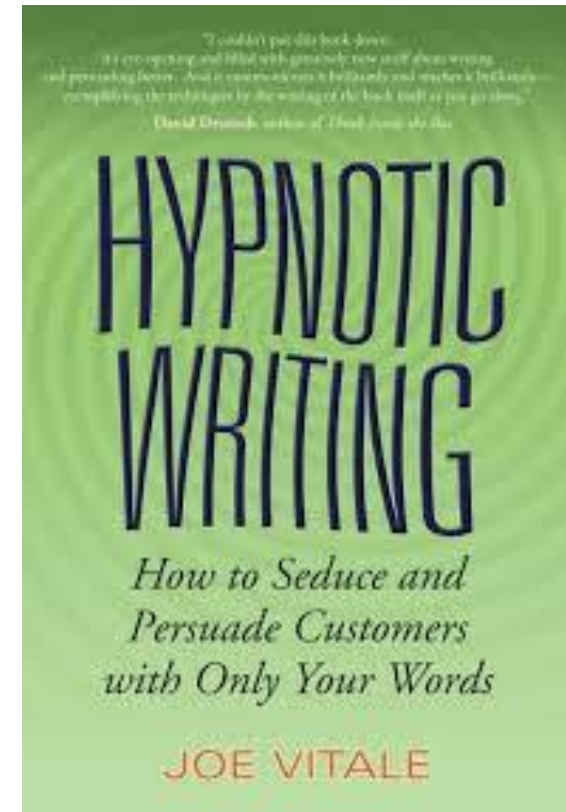
MARKETING DE CONTENU

Le copywriting

LE COPYWRITING

Le copywriting est l'utilisation des mots dans le but de promouvoir un produit, une personne, une entreprise, une opinion ou une idée.

Sur la page de couverture du livre *Hypnotic Writing* de Joe Vitale, on y retrouve le sous-titre suivant : **“How to seduce and persuade customers with only your words”**



MARKETING DE CONTENU

La méthode aida

LA METHODE AIDA



Attirer l'ATTENTION grâce au titre de la publication ou la première image de la vidéo. **Ex:** 200% de bonus sur ce numéro uniquement.



Créer un INTERET pour le consommateur. **Ex:** (suite) positionné immédiatement.



Apporter le DESIR en donnant les avantages du produit (chiffre, preuve social...) **Ex:** (suite) pour les appels nationaux et internationaux



Amener le prospect à passer à l'ACTION en jouant avec les couleurs (pour les publications) plus un ton urgent. **Ex:** (suite) exclusivement valable aujourd'hui.

LA METHODE AIDA

Il y a deux façons d'amener les gens à agir :

- La difficulté ;
- Le plaisir.

Connus à travers l'histoire, ils sont les deux principaux activateurs humains. Vous pouvez amener un âne à bouger avec un fouet ou une carotte juteuse suspendue devant lui. **Le plus grand motivateur est la difficulté.**

Attention :

P1 : Vous êtes victime de courbature ? Vous voulez vous sentir relâchée en 30 minutes ou moins ?

P2 : Soyez libéré de vos maux de dos en 30 mn! je vous donne 4 étapes pour se libérer de ses maux de dos.

Intérêt : Mes mains ont soulagé 3 500 corps comme le vôtre. Je peux vous aider.

Désir : Toutes vos douleurs disparaîtront après 30 jours... Si NON, vous êtes remboursés. Plusieurs grands athlètes utilisent mes techniques pour rester en forme. « Témoignages des athlètes à l'appui. »

Action : Si vous ne soignez pas vos douleurs musculaires dès aujourd'hui, comment vous sentirez-vous demain ? Appelez-nous dès maintenant pour prendre rendez-vous au 00000000.

LA METHODE AIDA



Apple WATCH
SERIES 6

L'avenir de la santé. À votre poignet.

Un capteur et une app révolutionnaires pour mesurer votre saturation en oxygène. Un électrocardiogramme accessible où et quand vous voulez. Vos données d'entraînement visibles d'un coup d'œil sur l'écran Retina toujours allumé, version améliorée. Apple Watch Series 6 : une vie plus saine, active et connectée à portée de poignet.

[Regarder l'événement >](#) [Regarder le film ©](#)



Emma Matelas

Sponsorisé · 🌐



Testez le meilleur matelas belge durant 100 nuits sans risques et profitez d'une livraison gratuite. Dormez comme sur un nuage avec Emma.



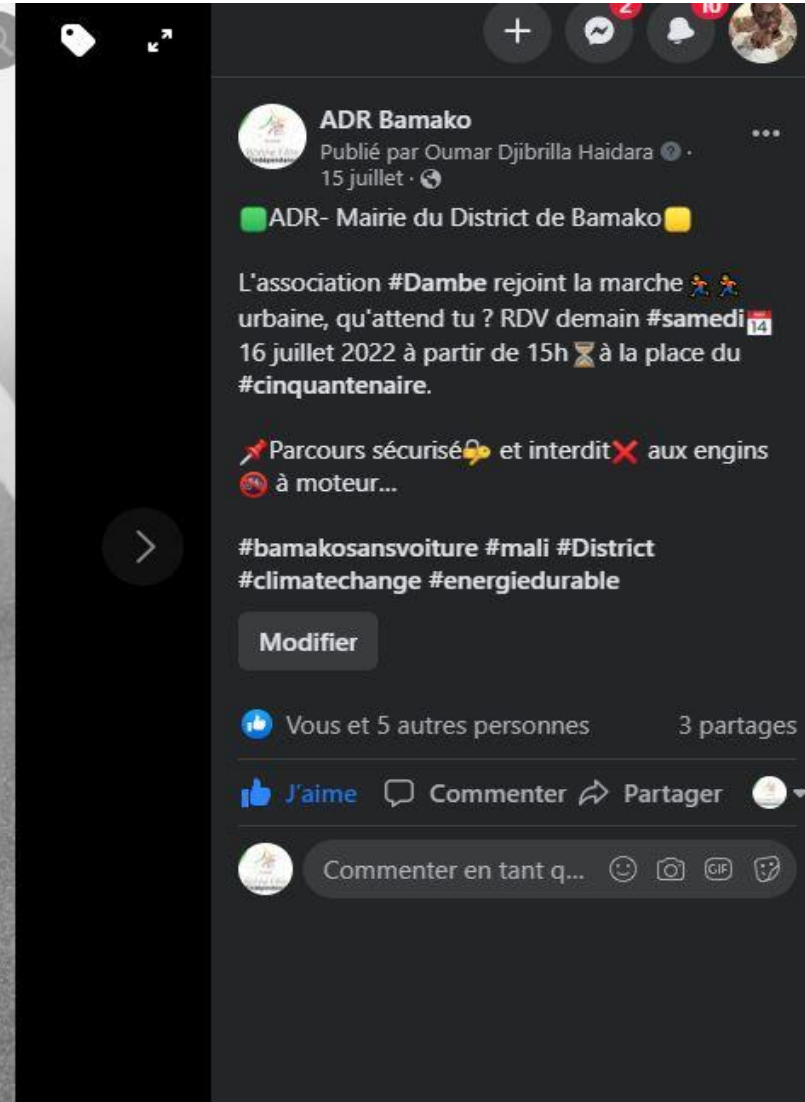
LA METHODE AIDA



Et si le poulet de chair était le meilleur business à lancer en Afrique?

Philippe Simo - 29/03/2020

LA METHODE AIDA



MARKETING DE CONTENU

L'image de marque

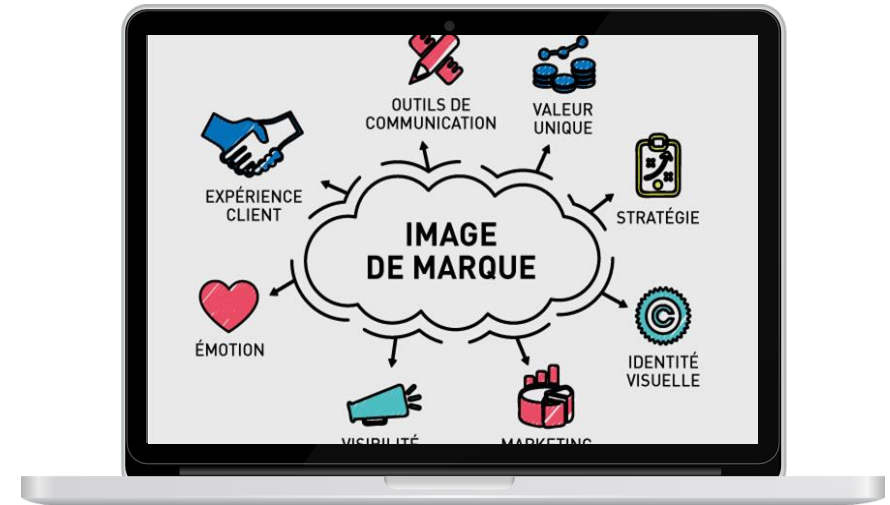
L'IMAGE DE MARQUE

L'IMAGE DE MARQUE

Ou branding, représente la manière dont l'entreprise se place dans son marché en véhiculant un message cohérent. Créer une image de marque cohérente et consistante, c'est s'assurer d'avoir une bonne communication, de la popularité et la fidélité de ses clients.

Une image de marque doit être **forte, crédible et accrocheuse**. Pour la créer, il faudrait passer par ces 4 étapes :

- **Bien connaître sa marque en faisant une enquête introspective ;**
- **Créer le message que véhiculera son image de marque sur les différentes plateformes ;**
- **Définir des designs et contenus cohérents pour son image de marque adaptés aux web ;**
- **Diffusez son image de marque sur les différentes plateformes ou la marque est présente ;**



MARKETING DE CONTENU

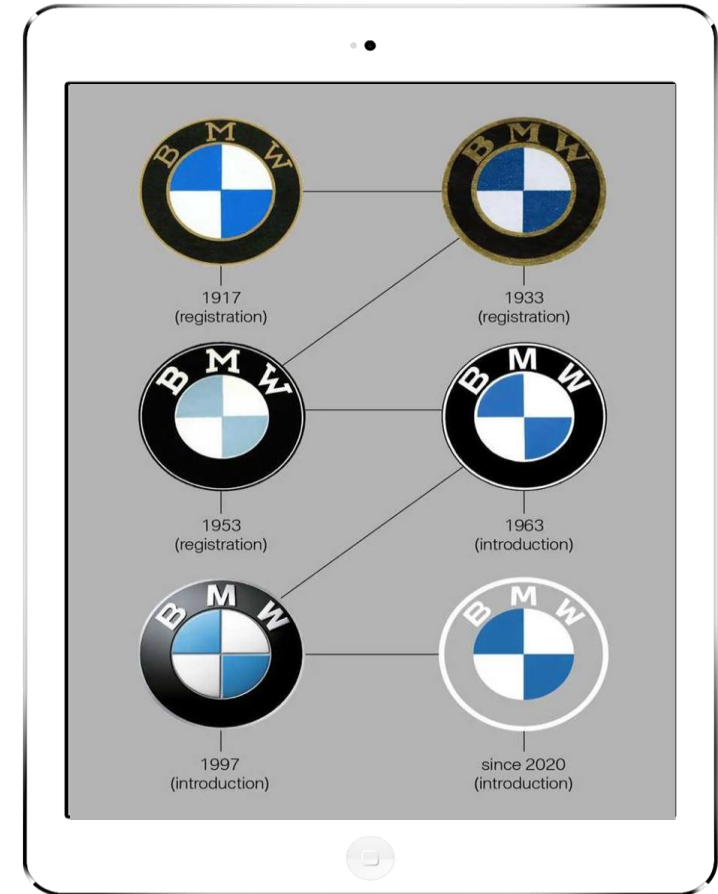
Le logo

LE LOGO



LE LOGO

Un **LOGO** doit être, **Lisible**, **Simple**, **Précis** et **Accrocheur**.



MARKETING DE CONTENU

Introduction à canva ou capcut

Canva

 CapCut



MERCI
POUR VOTRE ATTENTION

LE FACILITATEUR

NINA : 32209195001206M / RCCM : MA.BKO.2022.A.04864 / NIF : 085149461X



(+223) 70 21 73 91



oumar.lefaciliteur@gmail.com



Golf, Bamako Mali