



Content et inbound marketing : créer et gérer des contenus afin de se faire connaître de ses futurs clients et

pour les séduire !

Objectifs de formation

- créer et gérer des contenus (sujets + formats) afin de se faire connaître de ses futurs clients et pour les séduire

Objectifs pédagogiques

- Séduire ses cibles par du contenu qui répond à leurs besoins
- Créer, diffuser pour générer des leads/ventes
- Maîtriser le content marketing (la gestion de contenu)

Durée : 02 jours -12 heures

Présentiel : Présentiel ou Classe virtuelle

Tarifs :

Tarif Inter : 1120 €

Dates :

Les 16, 23, 30 Septembre 2026 (matin)

Prérequis

- Aucun

Public

- Tout public

Programme

Session 1 : Séduire ses cibles par du contenu qui répond à leurs besoins (maîtriser l'art de l'inbound marketing) (4h)

- Définir les cibles
 - Définir et créer les personae
 - Travailler le parcours d'achat de chacun de ses personae pour identifier les sujets qui les intéressent durant tout leur parcours d'achat
 - Déterminer les sujets clés et les formats à travailler
- Défis pour session 1 :
- travailler un persona et son parcours d'achat

Session 2 : Créer, di user pour générer des leads/ventes (4h)

- Correction des défis de la session 1
 - Connaître les règles de rédaction et création de contenu
 - Déterminer les CTA à créer pour créer de l'engagement
 - Connaître les règles pour créer une landing page qui convertit en lead ou achat
 - Savoir diffuser et promouvoir ses contenus
- Défis pour session 2 :
- créer un contenu au choix

Session 3 : Maîtriser le content marketing (la gestion de contenu) (4h)

- Correction du défis de la session 2
- Créer un planning éditorial : création et diffusion
- Savoir faire de la veille pour trouver de nouvelles idées
- Savoir recycler ses anciens contenus
- Retour sur les différents défis (au cas par cas)

Modalités pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques et pratiques
- Exercices d'applications construits à partir des informations transmises par le

commanditaire

- Travail en sous-groupe
- Document de synthèse remis à l'issue de la formation
- Matériel : aucun

Modalités d'évaluation des acquis

- En amont de la formation : recueil des attentes, réunion de cadrage
- Pendant la formation : Test, QCM, cas pratiques, mises en situation
- En aval de la formation : évaluation à chaud, évaluation à froid.

Financement

- OPCO sous conditions
- Entreprise
- Individuel

Dates et horaires

- Intra-entreprise en concertation avec l'entreprise
- Inter-entreprises, selon planning de formation ORDIA
- Horaires de 8h30 à 12h00 et de 13h00 à 16h30

Prévention des ruptures de parcours en formation

- Création d'un climat bienveillant et inclusif dès le démarrage pour favoriser l'implication de chacun.

- Identification des niveaux et besoins individuels afin d'adapter le rythme et les explications (tour de table).
 - Méthodes pédagogiques variées (démonstrations, cas pratiques, échanges collectifs) pour maintenir l'attention et l'intérêt.
 - Questions fréquentes de la part de l'intervenant/e et valorisation des apports des participant·e·s pour renforcer l'engagement.
 - Temps de reformulation ou appui individuel si nécessaire afin d'éviter le décrochage.
-