



CYCLE CERTIFIANT

Digital brand content

Face à la saturation publicitaire, les marques et les entreprises qui veulent émerger dans un monde digital toujours plus rapide produisent désormais leur contenu, qu'il soit informatif, divertissant ou utile au consommateur. Pour toucher leurs cibles, elles n'hésitent pas à se transformer en média en multipliant les formes (texte, photo, vidéo) et en variant les plateformes (sites, blogs, réseaux sociaux, etc.). Des marques comme Red Bull, Lacoste, Adidas ont mis en place des dispositifs de digital brand content qui ont fait leurs preuves.

Le Cycle Certifiant Digital brand content offre à ses participants les concepts et outils afin de penser, concevoir et développer une stratégie de contenu efficace. Associé à un dispositif Webmarketing cohérent, le Brand Content est une méthode incontournable pour développer et fidéliser ses communautés (clients, prospects, brand lovers, etc.).

Les Cycles Certifiants sont conçus pour des publics qui souhaitent mettre en perspective rapidement la théorie et la pratique. Les cours et ateliers sont animés par des professionnels, tous des experts dans leurs domaines, sous la direction de Frederic Dumonal, consultant en Stratégie de contenu et enseignant. Le programme de ce Cycle Certifiant se déroule sur 8 vendredis et 8 samedis répartis sur 3 mois.

OBJECTIFS

- **Maîtriser les concepts et enjeux d'une stratégie de contenu**
- Appréhender et pratiquer les techniques de production de contenus pour tous les objectifs de votre stratégie digitale (site web, campagnes webmarketing, gestion des médias sociaux et de la réputation online, RP)
- Planifier, organiser et produire des contenus audio, vidéo, photo et textuels pour des plateformes digitales
- Optimiser et développer la diffusion et la visibilité des contenus multimedia
- Connaître toutes les plates-formes de diffusion, ainsi que de leurs particularités et contraintes
- Organiser et optimiser les interactions entre contenus, plateformes et campagnes digitales
- Mesurer l'impact d'un dispositif, connaître les outils et les statistiques (KPI)

À QUI S'ADRESSE CE CYCLE ?

Aux professionnels du marketing et de la communication, ainsi qu'à tous ceux qui souhaitent développer leur stratégie de communication et produire leurs propres contenus à l'intention des plateformes digitales (blog, réseaux sociaux, etc.).

PRÉ-REQUIS

Aucun pré-requis n'est demandé pour débiter le cursus *Cycle Certifiant Digital brand content*. L'usage d'un ordinateur personnel et récent est plus que conseillé. La souscription à un abonnement Adobe Photoshop CC et Adobe Premiere Pro CC est nécessaire.

FORMATEURS

FREDERIC DUMONAL
Directeur
Fondateur
@Genevafin.tech
@Lesintellos.com

CYRIL PERGAUD
Fondateur
@MUZ Agency,
Meythet

**GEORGES-ANDRÉ
TABET**
CEO & Founder
@UPP

NICOLAS SPUHLER
Photographe
@Le Petit Nicolas,
Genève

AURÉLIE MONOD
Camera Woman &
Auteure du livre
*Monter ses vidéos
avec Premiere Pro*

GUILLAUME DESMURS
Founder
@studio Murmure et
auteur, Anney

LOUIS BONICHON
Partner/Creative Director
@Agence MNSTR, Paris

PATRICK BELLAIR
Président
@La Dictature du Beau

CÉDRIC RAINOTTE
Social Paid Wizard
@BWAT, Bruxelles

MODALITÉS

LIEU & HORAIRES

Lieu CREA Genève
BAT43L, 43 route des Acacias
1227 Genève-Acacias
Horaires Vendredi et samedi de 9h00 à 17h30

DURÉE

16 jours de formation répartis sur 3 mois, du **24 avril au 27 juin 2020**.
120 heures de formation et 20 heures de travail de dossier.

DATES DES COURS*

Avril 2020 : ven 24 et sam 25
Mai 2020 : ven 1, sam 2, ven 8, sam 9, ven 15 et sam 16
Juin 2020 : ven 5, sam 6, ven 12, sam 13, ven 19, sam 20, ven 26 et sam 27

* dates sous réserve de modifications

TARIF

CHF 4'100.- + Frais de dossier de CHF 150.-
+ Un accès de 6 mois à la plateforme de e-learning LEARNING7

POUR VOUS INSCRIRE OU NOUS CONTACTER

Pour vous inscrire au Cycle Certifiant Digital brand content, il vous suffit de vous rendre sur WWW.CREAGENEVE.COM

Vous pouvez nous **contacter par mail** à l'adresse suivante : info@creageneve.com ou **par téléphone** au **+41 22 338 15 80**.



PROGRAMME

LES FONDAMENTAUX DU DIGITAL BRAND CONTENT

- Définir et comprendre les types de contenus digitaux
- Anticiper les enjeux d'une campagne de marketing digital autour du contenu
- Identifier les dispositifs et les territoires de marque
- Analyse des Best Practices et exemples
- Appréhender les outils et plateformes de base

RACONTER UNE HISTOIRE ET FÉDÉRER SON AUDIENCE

- Définition du Storytelling digital
- Exemples et réalisations
- Comment concevoir, planifier et déployer un dispositif de storytelling digital
- Outils / bonnes pratiques
- Atelier Workshop

DÉVELOPPER SON AUDIENCE ET GÉRER SA COMMUNAUTÉ

- Les Plateformes sociales et leurs usages
- Production & création de contenu
- Typologies et formes de contenu
- Planning de diffusion & mise en ligne
- Suivi, animation, community management & analytics
- Étude de cas & workshop

TECHNIQUES DE RÉDACTION WEB

- La rédaction web – les fondamentaux
- Approche SEO
- Exigences de l'internaute en matière d'ergonomie web et de lecture à l'écran
- Musts have pour l'écriture web
- Création et administration de Blog (wordpress)
- Atelier rewriting

WORKSHOP VIDÉO

- Techniques de l'image animée
- Notions de composition d'image
- Comprendre les réglages de sa camera et choisir les bons accessoires
- Notions de formats vidéos
- Spécificités de la vidéo pour le web : accroche, durée, contenu
- Ecriture et découpage du projet audiovisuel
- Tournage avec plans de coupe, plans de situation, sonores...
- Dérushage des images
- Gestion des médias
- Montage d'un bout-à-bout de deux minutes avec Premiere Elements
- Travail sur les raccords, les effets de vitesse
- Travail sur l'audio, ajout de musique
- Habillage (titrage)
- Finalisation du montage et export pour différents supports de diffusion
- Sauvegarde des médias

WORKSHOP IMAGE ET PHOTO

- Les bases techniques de la photographie : comprendre un appareil, quel qu'il soit
- Analyse d'images, cadrages, composition et point de vue
- Retouches, catalogage, choix et formats des images : une demi-journée en compagnie d'Adobe lightroom classic CC
- Lumières, lumières de studio, cas et exercice pratique

L'USAGE DU MOBILE DANS UNE STRATÉGIE

- Comment choisir son smartphone comme outil de production
- Tour d'horizon des différents outils mobiles du moment
- Les pièges à éviter
- Comment produire et monter du contenu en version mobile
- Le langage du mobile versus le choix de la plateforme
- Le livestreaming pour quels usages

DIRECTION ARTISTIQUE

- Notion de design
- Identité de marque
- Culture générale de la communication online
- Vue d'ensemble de tous les canaux digitaux
- Création et nouvelles technologies : tour d'horizon des nouveaux outils et de leurs applications pour des campagnes marketing

COMPRENDRE LES DIFFÉRENTS TYPES DE SUPPORTS

- Panorama des plates-formes de partage sociales
- Les opportunités pour une marque
- Les outils de publication
- Bien choisir ses outils
- Étude de cas & workshop

WORKSHOP – STRATÉGIE DE DIGITAL BRAND CONTENT

- Concevoir et mettre en place sa stratégie de digital brand content

* Programme sous réserve de modifications

* Le planning de cours sera communiqué aux participants.
Pour les dates de cours, se référer à la partie modalités

À la fin du Cycle Certifiant, le participant devra réaliser pour obtenir son certificat **une stratégie de digital brand content**. Il disposera **d'un mois** pour cela.

Ce travail sera évalué et commenté par **des experts du secteur**.