

IMPLIQUER SES CLIENTS DANS L'ÉVOLUTION DE SES PRODUITS ET SES SERVICES

Contenu pédagogique

Pour le contenu détaillé, veuillez consulter le programme spécifique de l'organisme de formation en cliquant sur "télécharger" (ci-dessous colonne programme).

Typologie du besoin

Aujourd'hui, le marketing de contenu est un moyen privilégié pour engager ses clients et prospects dans l'évolution des offres de son entreprise.

Il s'agit d'identifier, dans son organisation, les contenus qui peuvent être adressés à mes partenaires pour engager un dialogue constructif autour de l'évolution de nos produits et services.

Objectifs de la formation

- Repenser son approche produits et services comme un projet ouvert à la co-création :
 - Définir la façon de présenter aux clients et prospects ses propositions de valeur ;
 - Lier les processus de communication et de conception de produits ;
 - Mesurer l'impact sur les modèles d'affaires historiques de mon entreprise ;
 - Mettre en œuvre le marketing de contenu (content marketing) :
 - Créer du lien avec ses prospects ;
 - Construire une stratégie de marketing de contenu orienté produit ;
 - Faire le lien entre marketing de contenu, inbound marketing et social selling ;
 - (Re)Définir le contenu pour chaque étape du cycle d'achat ;
 - Concevoir une matrice de contenu formatée pour gagner du temps ;
 - Définir un calendrier de production de contenus dans le respect des temps forts de son marché.

OBJECTIF

Consulter la rubrique "détail de la formation"

PUBLIC CONCERNÉ

Tous salariés d'entreprise et plus spécifiquement les acteurs en capacité à réfléchir au développement de l'entreprise

PRÉ-REQUIS

Consulter la rubrique "détail de la formation"

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

-

DURÉE



Population à former

Tous salariés d'entreprise et plus spécifiquement les acteurs en capacité à réfléchir au développement de l'entreprise