

# Slow Content - Élaborer une stratégie de contenu raisonné et durable

Snack Content, junk information, publication effrénée de posts et d'articles voués à tomber dans l'oubli... ça c'était avant. Les marques et entreprises ont désormais compris que pour toucher durablement leur public il fallait s'adresser à lui de manière plus raisonnée et respectueuse. Comment prendre le virage du Slow Content pour produire mieux, un peu moins, et redonner du sens à sa stratégie de contenus ?



## Objectifs Généraux

- ✓ Retrouver son identité éditoriale pour faire émerger la singularité de la marque
- ✓ Créer des contenus durables à la fois originaux, déclencheurs d'émotion et vecteurs d'efficacité
- ✓ Trier et recycler ses contenus en faisant rimer quantité et qualité



## Aptitudes clefs visées

- ✓ Apprendre à élaborer une stratégie de contenu durable et responsable.
- ✓ Comprendre les principes, enjeux et objectifs du content marketing dans une démarche de sobriété éditoriale
- ✓ Concevoir une stratégie éditoriale responsable en phase avec l'ADN de sa marque
- ✓ Déployer sa stratégie sur l'ensemble des piliers de son écosystème



## Programme détaillé

### INTRODUCTION

1. Accueil des participants, modalités pratiques et informations préliminaires
2. Présentation et attentes des participants et du formateur
3. Evaluation initiale des participants en collectif – Ice Breaker

### MODULE 1 – ADAPTER SON IDENTITE EDITORIALE

Les clés pour explorer et faire émerger la singularité de votre marque avec une stratégie éditoriale responsable.

1. Où trouver les bons insights pour déterminer votre personnalité ?
2. Comment vous différencier à coup sûr ?
3. Comment établir votre propre ligne éditoriale ?
4. Quel plan d'actions pour la déployer ?

## MODULE 2 – CREER DES CONTENUS DURABLES ET RESPONSABLE

1. Comment renouer avec votre créativité et imaginer des contenus responsables qui soient originaux, déclencheurs d'émotion, vecteurs d'efficacité.
2. Quels sont les formats digitaux qui marchent aujourd'hui ?
3. Quelles méthodes pour réinventer vos contenus ?
4. Comment concilier habilement fond et forme ?
5. De l'idée à la mise en œuvre : quelles étapes ?

## MODULE 3 – TRIER ET RECYCLER SES CONTENUS

1. Optimiser son écosystème de contenus, bien le piloter dans la durée, faire rimer quantité et qualité... Un tour d'horizon des meilleures méthodes.
2. Comment faire un état des lieux complet de ses contenus ?
3. Garder, jeter, regrouper... comment décider ?
4. Quelle gouvernance, quelles instances, quel workflow ?
5. Quelle panoplie d'outils ?

## MODULE 4 – METTRE EN APPLICATION A TRAVERS UN CAS PRATIQUE

Demi-journée Workshop sur des sujets

Exercice réalisé en « équipe projet »

## CONCLUSION

Test de connaissance final (QCM)

Evaluation de la formation (tour de table et questionnaire de satisfaction)



## Méthodes pédagogiques

- Alternance permanente entre théorie et pratique.
- Application pratique sur la base de cas concret des participants.
- Retour d'expérience d'audits et exemples de bonnes pratiques.
- Sessions de travail en intelligence collective.
- Remise d'un support de formation en version dématérialisée.
- Mise à disposition de documents sur une ressource partagée.
- Tous les outils opérationnels sont remis aux participants à l'issue de la formation.



## Public concerné

- Directeurs & responsables de la communication,
- Directeurs & responsables du digital,
- Directeurs et responsables éditoriaux web/online,
- Directeurs, responsables et chefs de projets web,
- Chargés de mission activités numériques,
- Chefs de projets éditoriaux



## Prérequis

Aucun



## Mise en œuvre

- Formation en visio-conférence ou présentiel selon dates des sessions – consulter notre planning
- Nombre de journées : 1 jour soit 7 heures
- Nombre minimum de participants : 4
- Nombre maximum de participants : 12
- Adaptations possibles des conditions d'accueil et d'animation selon besoin(s) spécifique(s) du participant, merci de contacter notre référent handicap au moins 2 mois avant la session envisagée via cette adresse : [formation@agence-lucie.com](mailto:formation@agence-lucie.com)

### Bien se préparer :

- Si aucune connaissance de la stratégie de contenu et du slow content, lire des articles ou ouvrages sur le sujet avant la formation sera un plus.
- Bien lire le mail de convocation et répondre au questionnaire concernant vos attentes particulières.



## Tarifs et planification

- Sessions collectives : 750€ H.T. par participant
- Consultez notre planning de sessions,
- Inscription : pour vous inscrire, merci de nous demander une proposition de convention de formation, afin de vous préinscrire, l'inscription finale se faisant à réception de celle-ci et y définir les modalités de règlement. Pré-inscription jusqu'à 10 jours avant la date de début de la formation. Inscription définitive jusqu'à 5 jours avant la date de début de la formation.
- Possibilité d'organiser des sessions propres à votre organisation dans vos locaux
- Possibilité de décliner ce programme en une variante sur-mesure simplifiée pour un public plus large d'initiation à la démarche RSE au sein de votre entreprise.
- Faire votre demande d'inscription : [formation@agence-lucie.com](mailto:formation@agence-lucie.com)



## Animateur(s) / Animatrice(s)

Alexandra NOIRAL est consultante et formatrice au sein du Cabinet Conseil Bee Yoo qu'elle a créée en 2018. Elle offre ses services en éco-conseil aux organisations. Elle possède une expertise dans plusieurs domaines : stratégie de marketing durable, démarche RSE, organisation d'événements écoresponsables, gestion de projets numérique responsable, communication et sensibilisation. Elle est également animatrice pour la Fresque du Climat.



## Validation des aptitudes

- ✓ Test de connaissance réalisé collectivement en début de formation.
- ✓ Test de connaissance final.