



**BOOK CONSEIL :**  
CONTENU DE MARQUE #BRAND CONTENT

## CONTENU DE MARQUE #DÉFINITION


---

### C'est quoi ?

**Le Contenu de Marque ou Brand Content** est souvent comparé à de la publicité car il **met en valeur une entreprise, sa marque et ses produits/services à travers une histoire (le storytelling)**.

La différence réside sur la forme de son contenu car **il repose sur l'informationnel et le rédactionnel** : conseils, articles pratiques, forums, publi-reportages...

**Son objectif est de fédérer les clients autour des valeurs positives de la société et de lui créer un univers immédiatement identifiable pour la démarquer de la concurrence.**



Storytelling

## CONTENU DE MARQUE #OBJECTIFS

---

**En règle générale, le CONTENU DE MARQUE sert à :**

- **Donner du sens** à une marque, une histoire, réelle ou inventée, c'est aussi légitimer l'achat.
- **Partager des valeurs** : donner un point d'accès aux valeurs c'est humaniser la marque et fédérer une communauté.
- **Créer une préférence de marque** : la rendre différenciante pour émerger, notamment face à la concurrence.
- **Prospecter et conquérir des nouveaux clients** en associant un bon contenu à une offre produit / service.
- **Créer du lien** : inciter à l'interaction, c'est prendre en compte l'utilisateur et bénéficier de son bouche à oreille
- **Développer des ambassadeurs** et des fans de la marque

**Le Brand content permet de fonder une identité forte autour de la marque et à mettre en avant ses valeurs et principes.**



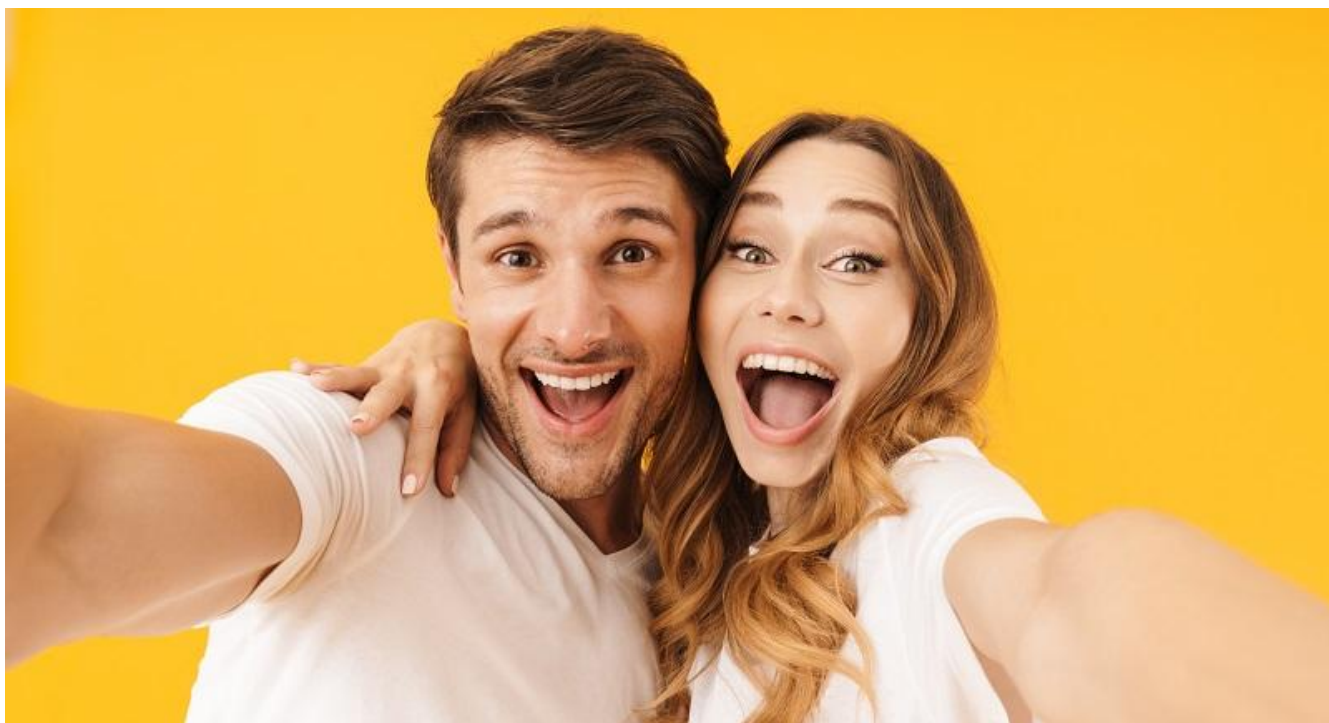
## CONTENU DE MARQUE #NATURE DE CONTENU

---

### Quel nature de contenu ?

Un des enjeux premiers du brand content est **d'enrichir l'utilisateur avec un contenu valable, de qualité, qui lui apportera de l'émotion et/ou des informations utiles.**

- **ÉMOTIONNEL** : divertir, faire rire, pleurer, pour séduire, toucher et donner envie de partager.
- **INFORMATIF** : conseiller, informer, c'est se poser en expert bienveillant auprès de ses clients.
- **PRATIQUE** : fournir des informations pratiques, faire tomber les freins d'achat.



## CONTENU DE MARQUE #CONTENUS

### Quels contenus ?

Le Brand content permet à une marque d'utiliser toutes les formes d'expressions de contenus dont celle-ci a besoin pour être mise en valeur.

#### Elle utilise pour cela des contenus :

- **éditoriaux** publiés dans les journaux/magazines/sites media (publi-reportages), sur ses sites (avec un contenu optimisé pour le référencement / SEO) et applis, blogs ...
- **liés aux produits et aux services** : fiches produits, tutoriels, photos et vidéos produit, livres blancs ...
- **sociaux relayés sur les médias sociaux** : Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube ...
- **brand entertainment** : vidéo, motion design
- **liés aux événements** (salon, conférence, webinar...) et à ses actions de **sponsoring/mécénat**.
- **CRM** : newsletters et programmes relationnels



## CONTENU DE MARQUE #SUCCÈS

---

### Les clés du succès :

- **Purpose, légitimité** : la marque pour être entendue et crédible, doit prendre la parole sur le rôle qu'elle joue, son secteur, ses valeurs, ses clients, ses partenariats
- **Originalité, innovation** : la marque doit innover, « essayer » d'ouvrir de nouvelles voies, proposer des contenus originaux, des formats visuellement attractifs ...
- **Partage, ouverture** : penser le contenu pour qu'il puisse être consulté facilement et être partagé sur les réseaux sociaux
- **Durée** : s'impliquer sur la longueur permet à la marque d'établir une relation durable, diffuser régulièrement des contenus



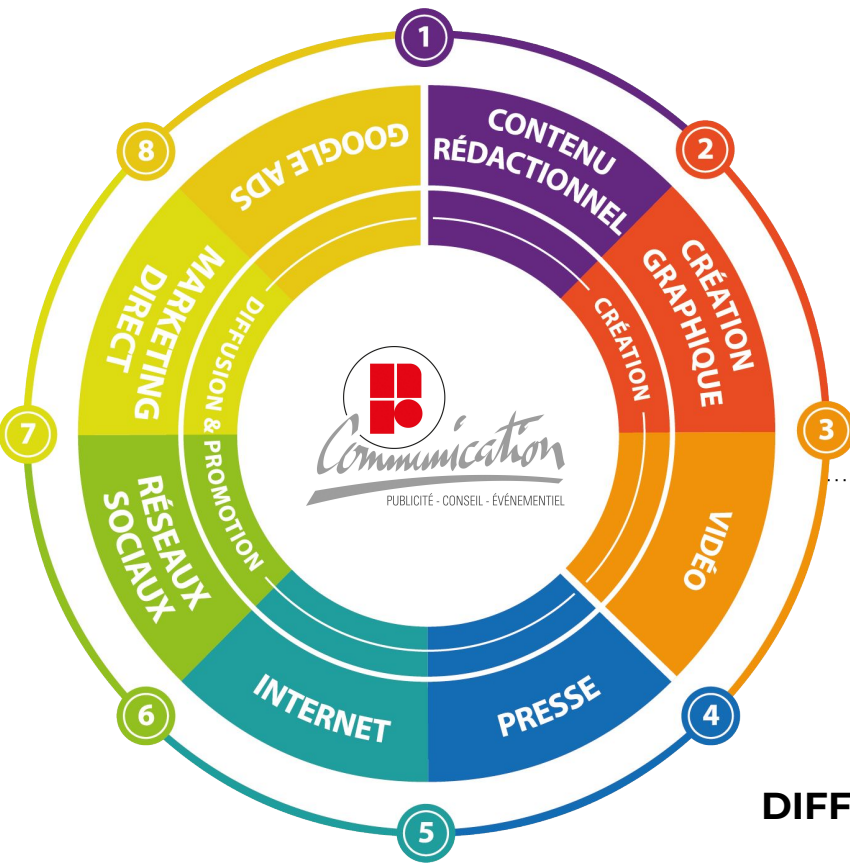
## CONTENU DE MARQUE #STRATÉGIE

---

### 4 étapes pour construire une stratégie de contenu efficace

- **Définir les objectifs** : Quels sont les enjeux principaux ? Est-ce un besoin : de notoriété ? de trafic ? de conversion ? de fidélisation ? d'image ?
- **Déterminer avec précision les consommateurs cibles**, pour mieux affiner son contenu.
- **Auditer les contenus existants** pour avoir une vision globale de ce qui existe et faire les bilans (chiffrés) des actions faites.  
Lister l'ensemble des canaux de communication :
  - // Site internet
  - // Blog
  - // Médias
  - // Réseaux sociaux
  - // Newsletters
  - // Campagnes emails
  - // ...Pour chacun de ces canaux, documenter tout ce qui a été fait :
  - // Sujets traités
  - // Ton et ligne éditoriale
  - // Trafic et analytics
  - // Recommandations
  - // ...
- **Etablir un planning par cible et objectif puis lancer les premières actions**, pour démarrer la phase de production.





**NR Communication vous accompagne dans la création et la diffusion de vos contenus de marque**

## CRÉATION

**1) Contenu rédactionnel :** rédigé par des pigistes et optimisé SEO pour les parutions web.

**2) Création graphique,** par notre Studio, de votre identité visuelle, charte graphique, visuels de communication tous supports (presse, digital, PLV, plaquettes, catalogues ...)

**3) Vidéo :** réalisation de vos vidéos, spot animé ou tournage, du brief à la production .

## DIFFUSION - PROMOTION

**4)** En **presse** dans les quotidiens La Nouvelle République & Centre Presse et leurs suppléments thématiques (Tops des Entreprises, Clés de l'immo, Guide de l'été, Guide des études...), tous les titres de Presse Quotidienne Régionale, les hebdomadaires (tmv tours, TV Magazine), les mensuels spécialisés (Immo Val de Loire, Immo Poitou...) ...

**5)** Sur les sites **internet** de La Nouvelle République et Centre Presse, des titres de presse quotidienne régionale de toute la France (Ouest France, Sud Ouest, La Montagne...) et plus de 500 sites partenaires Brand Safe (sites d'information (Le Monde, Le Figaro, Le Parisien, Les Echos...), d'actualité sportive (L'Equipe, So Foot...), de radio (Europe 1, RMC...), de TV (TF1, M6...) féminins (Elle, Vogue...), people (Voici, Closer...)...

**6) Réseaux sociaux :** nos community managers créent et animent vos pages pro sur Facebook, Linked In et Instagram. Ils optimisent également vos campagnes de posts sponsorisés (Facebook Ads, Instagram Ads...).

**7) Marketing direct :** des solutions clés en main pour vos campagnes d'emailing et de SMS.

**8) Google Ads :** En tant que Google Partner, nos account managers gèrent et optimisent vos campagnes..





**Nous contacter**  
[contact@nr-communication.fr](mailto:contact@nr-communication.fr) / 02 47 31 72 72