

PERFORMING TRAINING

SCÉNARIO PÉDAGOGIQUE

Marketing du Contenu

Stratégie Éditoriale et Rédaction Web

Parcours personnalisé après audit individuel

Durée modulable : 2 à 14 jours selon le profil et les besoins

Format de référence : 5 jours (35 heures)

Formatrice : Inès MAMI

Document conforme au Référentiel National Qualité Qualiopi

Version : Avril 2026

1. PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Intitulé : Marketing du Contenu – Stratégie Éditoriale et Rédaction Web

Organisme : PERFORMING TRAINING

Formatrice : Inès MAMI

Durée de référence : 5 jours (35 heures) – Modulable de 2 à 5 jours

Modalités : Présentiel ou classe virtuelle synchrone

Rythme : Continu ou discontinu selon les besoins identifiés lors de l'audit

2. OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Élaborer une stratégie de contenu alignée sur ses objectifs business
- Identifier et analyser son audience cible à l'aide d'outils de web analyse
- Construire et déployer une ligne éditoriale cohérente et un calendrier de publication
- Rédiger des contenus web performants, optimisés SEO et adaptés à chaque canal
- Mesurer la performance de ses contenus et ajuster sa stratégie en continu
- Exploiter les outils d'intelligence artificielle comme aide à la création de contenu

3. PUBLIC VISÉ & PRÉREQUIS

Public : Entrepreneurs, salariés, community managers, chargés de marketing et communication digitale

Prérequis : Maîtrise de base de l'ordinateur, d'Internet et de la bureautique. Aucune compétence technique avancée requise.

Accessibilité PSH : Formation accessible aux personnes en situation de handicap. Nous consulter pour les modalités d'adaptation.

4. DÉMARCHE D'AUDIT PRÉALABLE

Chaque parcours est précédé d'une phase d'audit permettant d'adapter finement le contenu, le rythme et les cas pratiques au profil et au projet du stagiaire.

Étape 1 – Entretien individuel (1h)

- Analyse approfondie du projet et de l'environnement concurrentiel
- Identification des forces, faiblesses et opportunités digitales
- Définition collaborative des priorités de formation

Étape 2 – Questionnaire de positionnement

- Auto-évaluation des compétences (QCM en ligne)
- Recueil des attentes et objectifs personnels
- Description du projet professionnel (secteur, cibles, outils utilisés)

Étape 3 – Personnalisation du parcours

- Sélection et adaptation des modules pertinents
- Création de cas pratiques sur mesure (basés sur le projet du stagiaire)
- Ajustement de la durée, du rythme et des livrables attendus

5. DÉROULÉ PÉDAGOGIQUE DÉTAILLÉ

Le scénario ci-dessous présente le format de référence sur 5 jours (35h). Il est modulable selon les résultats de l'audit (voir grille de modularité en section 7).

Phase préalable – Audit & Positionnement

PHASE PRÉALABLE – AUDIT & POSITIONNEMENT (Avant J1)					
Horaire	Durée	Séquence	Objectifs pédagogiques	Méthodes	Supports
RDV	1h	Entretien individuel d'audit	Analyser le projet du stagiaire Identifier les objectifs prioritaires Définir le périmètre de travail	Entretien semi-directif Écoute active	Guide d'entretien Fiche projet
Envoi	—	Questionnaire de positionnement	Évaluer le niveau initial Identifier les attentes Recueillir infos sur le projet	Auto-évaluation QCM en ligne	Questionnaire Grille d'audit
Post-RDV	—	Personnalisation du parcours	Adapter le contenu au projet Sélectionner cas pratiques ciblés Ajuster durée et rythme	Ingénierie pédagogique	Scénario adapté Convocation

Jour 1 – Fondations stratégiques & connaissance de l'audience

Modules couverts : Module 1 (Objectifs stratégie de contenu) + Module 2 (Audience)

JOUR 1 – Fondations stratégiques & connaissance de l'audience (7h)					
Horaire	Durée	Séquence	Objectifs pédagogiques	Méthodes	Supports
9h00 – 9h30	30 min	Accueil & introduction	Présenter les objectifs Créer un cadre de confiance Valider les attentes post-audit	Tour de table Ice-breaker	Support de cours Programme
9h30 – 10h30	1h	Les enjeux du Content Marketing	Comprendre le rôle du contenu Situer le Content Marketing Identifier les opportunités sectorielles	Exposé interactif Étude de cas sectorielle	Slides Exemples concrets
10h45 – 12h30	1h45	Définir ses objectifs SMART	Formuler des objectifs mesurables Relier objectifs business et contenu Diagnostic du projet stagiaire	Méthode SMART Travail individuel Coaching personnalisé	Fiche objectifs Matrice diagnostic
12h30 – 13h30	1h	Pause déjeuner			
13h30 – 14h30	1h	Segmenter et analyser son audience	Utiliser les outils de Web Analyse Identifier les données clés Analyser les parcours de navigation	Démonstration Manipulation guidée	Google Analytics Search Console
14h30 – 15h30	1h	Construire ses personas	Créer des profils-types clients Identifier les motivations d'achat Cartographier les points de contact	Méthode persona Template guidé Travail sur projet	Template persona Fiche insight
15h30 – 15h45		Pause			
15h45 – 16h45	1h	L'insight consommateur	Identifier les leviers émotionnels Transformer un insight en contenu Appliquer à son propre projet	Brainstorming Cas pratique personnel	Matrice insight Exemples marques
16h45 – 17h00	15 min	Synthèse & plan d'action J1	Ancrer les apprentissages Définir les actions à engager	Debriefing oral Fiche de synthèse	Fiche bilan J1

Jour 2 – Identité éditoriale & storytelling

Module couvert : Module 3 (Forme et contenu selon le support numérique)

JOUR 2 – Identité éditoriale & storytelling (7h)					
Horaire	Durée	Séquence	Objectifs pédagogiques	Méthodes	Supports
9h00 – 9h15	15 min	Réactivation J1	Vérifier les acquis Faire le lien avec la suite	Quiz rapide Questions flash	QCM interactif
9h15 – 10h30	1h15	Charte graphique digitale	Définir son identité visuelle web Appliquer la cohérence graphique Adapter la charte au digital	Exposé illustré Benchmark concurrentiel Exercice pratique	Exemples chartes Outils Canva/Figma
10h30 – 10h45		Pause			
10h45 – 12h30	1h45	Ligne éditoriale & ton de marque	Définir le ton et le style Fixer la fréquence de publication Construire sa ligne éditoriale	Travail guidé Matrice éditoriale Application projet	Template ligne éditoriale Exemples de marques
12h30 – 13h30	1h	Pause déjeuner			
13h30 – 15h00	1h30	Storytelling de marque	Comprendre la structure narrative Construire son histoire de marque Créer une connexion émotionnelle	Exposé + exemples Exercice d'écriture Feedback individualisé	Schéma narratif Canevas storytelling
15h00 – 15h15		Pause			
15h15 – 16h30	1h15	Adapter le contenu par canal	Différencier les formats par support Optimiser pour chaque plateforme Créer des déclinaisons cohérentes	Étude comparative Atelier multi-canal Travail sur projet	Grille multi-canal Fiches plateformes
16h30 – 17h00	30 min	Synthèse & évaluation formative	Consolider les apprentissages J2 Identifier les axes de progression	QCM formatif Échanges	QCM J2 Fiche bilan

Jour 3 – Plan de contenu & calendrier éditorial

Module couvert : Module 4 (Plan de contenu et calendrier éditorial) + Introduction IA

JOUR 3 – Plan de contenu & calendrier éditorial (7h)					
Horaire	Durée	Séquence	Objectifs pédagogiques	Méthodes	Supports
9h00 – 9h15	15 min	Réactivation J2	Vérifier les acquis Ancrer les notions clés	Quizz visuel Rétrospective	Support interactif
9h15 – 10h30	1h15	Architecture de contenu web	Structurer l'arborescence du site Organiser le maillage interne Hiérarchiser les contenus prioritaires	Exposé + démonstration Mapping collaboratif Application projet	Outil de mind mapping Exemples arborescences
10h30 – 10h45		Pause			
10h45 – 12h30	1h45	Créer son calendrier éditorial	Définir les rubriques récurrentes Planifier sur 1 à 3 mois Équilibrer les types de contenu	Atelier pratique Template partagé Coaching individuel	Template calendrier (Notion/Excel) Exemples remplis
12h30 – 13h30	1h	Pause déjeuner			
13h30 – 15h00	1h30	IA et création de contenu	Découvrir les outils IA disponibles Générer des idées avec l'IA Optimiser la rédaction avec l'IA	Démonstration live Exercices guidés Manipulation d'outils	ChatGPT / Claude Prompts pré-rédigés
15h00 – 15h15		Pause			
15h15 – 16h30	1h15	Organiser sa production de contenu	Mettre en place un workflow Gérer les ressources et délais Automatiser les tâches répétitives	Méthodologie projet Outils de planification	Trello / Notion Workflow type
16h30 – 17h00	30 min	Synthèse & plan d'action J3	Valider le calendrier créé Préparer les exercices intersession	Debriefing Feedback individuel	Fiche bilan J3 Exercices à faire

Jour 4 – Rédaction web performante & SEO

Module couvert : Module 5 (Le contenu performant)

JOUR 4 – Rédaction web performante & SEO (7h)					
Horaire	Durée	Séquence	Objectifs pédagogiques	Méthodes	Supports
9h00 – 9h15	15 min	Réactivation J3	Retour sur les exercices Clarifier les points en suspens	Tour de table FAQ	Travaux intersession
9h15 – 10h30	1h15	Rédiger pour le web	Appliquer les règles de lisibilité Structurer un article web efficace Rédiger des titres et accroches	Exposé illustré Analyse d'exemples Exercice de réécriture	Exemples avant/après Check-list rédaction
10h30 – 10h45		Pause			
10h45 – 12h30	1h45	Les fondamentaux du SEO	Comprendre le fonctionnement des moteurs Optimiser balises et métadonnées Rechercher et intégrer les mots-clés	Exposé + démonstration Atelier mots-clés Exercice d'optimisation	Google Search Console Ubersuggest / SEMrush Fiche SEO on-page
12h30 – 13h30	1h	Pause déjeuner			
13h30 – 15h00	1h30	Contenu à fort engagement	Identifier les formats performants Créer des appels à l'action efficaces Adapter le contenu aux algorithmes	Analyse de cas Benchmark sectoriel Rédaction guidée	Exemples d'engagement Templates CTA
15h00 – 15h15		Pause			
15h15 – 16h30	1h15	Atelier rédactionnel personnalisé	Rédiger un contenu complet Appliquer SEO + storytelling Recevoir du feedback ciblé	Atelier d'écriture Coaching individuel Peer review	Projet stagiaire Grille d'évaluation
16h30 – 17h00	30 min	Synthèse & évaluation formative	Évaluer les acquis rédactionnels Identifier les axes d'amélioration	QCM formatif Auto-évaluation	QCM J4 Fiche bilan

Jour 5 – Mesurer, optimiser & pérenniser

Module couvert : Module 6 (Mesurer et optimiser sa stratégie de contenu)

JOUR 5 – Mesurer, optimiser & pérenniser (7h)					
Horaire	Durée	Séquence	Objectifs pédagogiques	Méthodes	Supports
9h00 – 9h15	15 min	Réactivation J4	Retour sur les acquis Questions ouvertes	Quiz express	QCM interactif
9h15 – 10h30	1h15	KPIs du Content Marketing	Définir ses indicateurs clés Construire son tableau de bord Lier KPIs et objectifs business	Exposé + démonstration Exercice de sélection KPIs	Template dashboard Liste KPIs par objectif
10h30 – 10h45		Pause			
10h45 – 12h30	1h45	Google Analytics & Search Console	Naviguer dans les interfaces Interpréter les rapports clés Identifier les contenus performants	Démonstration live Exercices pratiques Analyse du compte stagiaire	Accès GA/GSC Fiche d'interprétation
12h30 – 13h30	1h	Pause déjeuner			
13h30 – 14h30	1h	Statistiques des réseaux sociaux	Lire les tableaux de bord natifs Comparer les métriques par plateforme Extraire des insights actionnables	Tour d'horizon plateformes Analyse guidée	Accès stats réseaux Grille comparative
14h30 – 15h30	1h	Veille & tendances digitales	Mettre en place une veille efficace Identifier les tendances émergentes Adapter sa stratégie en continu	Démonstration outils Configuration veille	Feedly / Google Alerts Méthodologie veille
15h30 – 15h45		Pause			
15h45 – 16h30	45 min	Évaluation finale & cas pratique	Valider l'ensemble des acquis Réaliser un cas pratique intégrateur Mesurer la progression	QCM final Cas pratique global Correction commentée	QCM final Cas pratique Grille évaluation
16h30 – 17h00	30 min	Clôture & plan d'action individuel	Construire son plan d'action 30/60/90 j Évaluer la satisfaction Ouvrir les perspectives	Plan d'action guidé Questionnaire satisfaction	Fiche plan d'action Questionnaire Attestation

6. DISPOSITIF D'ÉVALUATION

En amont

- Questionnaire de positionnement (QCM + questions ouvertes)
- Entretien individuel d'audit

Pendant la formation

- Quiz de réactivation en début de chaque journée
- Évaluations formatives (QCM + exercices pratiques) en fin de J2 et J4
- Travaux pratiques sur le projet personnel du stagiaire
- Feedback individualisé continu

En fin de formation

- Test d'évaluation final (QCM + cas pratique intégrateur)
- Questionnaire de satisfaction à chaud
- Attestation individuelle de fin de formation
- Plan d'action individuel à 30/60/90 jours

Après la formation

- Évaluation à froid (questionnaire envoyé 4 à 6 semaines après)
- Suivi optionnel de la mise en œuvre du plan d'action

7. GRILLE DE MODULARITÉ

Le parcours s'adapte à chaque profil. Le tableau ci-dessous présente les configurations types, ajustables après l'audit individuel.

GRILLE DE MODULARITÉ – ADAPTATION DE LA DURÉE				
Durée	Modules inclus	Public cible	Rythme conseillé	Spécificités
2 jours (14h)	Module 1 (condensé) Module 2 (essentiel) Module 5 (bases SEO) Module 6 (initiation)	Profils pressés Bases solides existantes Besoins de mise à jour	2 jours consécutifs	Format intensif Cas pratique allégé Focus opérationnel
3 jours (21h)	Modules 1 à 4 complets Module 5 (bases) Module 6 (bases)	Profils intermédiaires Besoins opérationnels Projet défini	3 jours consécutifs ou 1j/semaine	Bon compromis Calendrier éditorial livré IA introduite
5 jours (35h)	Tous les modules complets (1 à 6) IA approfondie Évaluation complète	Profils débutants Reconversion Projet à construire	Continu ou 1j/semaine	Format recommandé Parcours complet Livrables opérationnels
10–14 jours (70–98h)	Tous modules approfondis Ateliers supplémentaires Mentorat individuel Projets tutorés	Reconversion longue Parcours certifiant Accompagnement renforcé	1 à 2j/semaine sur plusieurs semaines	Intersessions productives Suivi personnalisé Portfolio de contenus Mise en situation réelle

8. MOYENS PÉDAGOGIQUES & TECHNIQUES

Moyens pédagogiques

- Support de cours numérique remis au stagiaire
- Cas pratiques portant sur le projet propre du stagiaire
- Templates et fiches-outils personnalisables (personas, calendrier éditorial, check-list SEO...)
- Aide-mémoire et fiches synthèses par module
- Accès à des ressources complémentaires en ligne
- Prompts IA pré-rédigés et guide d'utilisation

Moyens techniques

- En présentiel : salle équipée, vidéoprojecteur, accès Internet
- À distance : plateforme de visioconférence (Zoom, Google Meet ou Teams), partage d'écran
- Ordinateur équipé d'une connexion Internet stable (requis côté stagiaire pour les sessions à distance)
- Outils digitaux : Google Analytics, Search Console, Canva, Notion/Trello, ChatGPT/Claude

9. LIVRABLES STAGIAIRE

À l'issue du parcours complet (5 jours), le stagiaire repart avec :

- Sa fiche diagnostic personnalisée (issue de l'audit)
- Ses personas détaillés avec insights consommateurs
- Sa ligne éditoriale formalisée
- Son calendrier éditorial opérationnel sur 1 à 3 mois
- Au moins un contenu web rédigé, optimisé SEO et relu
- Son tableau de bord KPIs configuré
- Son plan d'action individuel à 30/60/90 jours
- L'ensemble des templates et fiches-outils de la formation
- Son attestation individuelle de fin de formation

10. INFORMATIONS PRATIQUES

Tarif : 500 € HT / jour (1 jour = 7 heures). Tarif indicatif, adaptable selon les spécificités du projet.

Délai d'accès : 14 jours ouvrés après validation du devis et réception de la convention signée.

Contact : PERFORMING TRAINING – 09 71 43 51 54

Site web : <https://performingtraining.com>