



Définir sa stratégie de contenu

WTF is la stratégie de contenu ?

Définir une stratégie de contenu permet de **maximiser l'impact sur le long terme du temps que vous allez passer à créer.**

Créer, c'est dur.

Alors autant s'assurer que chaque minute passée à créer vous permettra d'en récolter les fruits dans le futur.

Pourquoi créer du contenu ?

- Structurer ses connaissances.
- Apporter de la valeur à son réseau et à des potentiels prospects.
- Prouver son expertise.
- Augmenter sa visibilité pour générer des demandes de mission.

La forme : choisir le bon format

1. Où est ma cible ?

- > Sur quelle plateforme : LinkedIn, Instagram, Twitter...
- > À quel endroit elle consomme du contenu : le bus ? le métro ? le bureau ?

2. Comment préfère t-elle consommer le contenu ?

- > Quand : le matin avant le travail, le soir, le midi...
- > Comment : guides, astuces, études de cas, tutos, interviews...

3. Dans quel format je me sens le plus à l'aise ?

- > Vidéo, Podcast, Article, Visuel...

Le fond : apporter de la valeur

1. Quels sont les plus gros besoins de ma cible ?

- > Quelles sont ses problématiques ?
- > Quelles sont ses objectifs ?

2. Comment est-ce que je peux l'aider ?

- > Quels sont mes sujets d'expertises ?

Distribuer

1. Créer une **proposition de valeur simple et percutante**
2. Proposer un **rdv regulier**
3. Utiliser la technique du **contenu pilier**

Mon exemple :

> 1 hack marketing chaque matin, dans votre boite mail.

Exemples

- [Newsletter](#) : [Les p'tits hacks marketing](#)
- [Blog](#) : [Danilo Duchesnes](#)
- [YouTube](#) : [Dimitri Ribal](#)
- [Podcast](#) : [Growth Makers](#)
- [LinkedIn](#) : [Pedro Cortes](#)
- [Instagram](#) : [Les paris de Laura](#)

> Groupe Facebook, Pinterest, Medium, Twitter...

Par où commencer

1. **Posez des questions** à votre cible !
2. **Testez différents formats** pour voir où vous vous sentez à l'aise.
3. **Lancez-vous** 😊