



bc
ma branded content
marketing association
france

prache
media
event

IM
FLUENCIA

QUELLE PRATIQUE DU BRAND CONTENT PAR LES MARQUES ?

État des lieux qualitatif auprès de 35 experts

Daniel Bô

[extrait]

BRAND
CONTENT
INSTITUTE

QUALIQUANTI
CREATIVE INTELLIGENCE

Méthodologie & introduction

MÉTHODOLOGIE : 35 EXPERTS INTERROGÉS OU ÉCOUTÉS

Grandes marques ou PME, agences, experts interrogés ou intervenus lors de conférences



Petites structures



Agences et experts



Interventions lors de conférences
Youloveword



Grandes entreprises

UNE ÉTUDE RÉALISÉE À LA DEMANDE DE LA BCMA



Avec le soutien de Prache Media Event & Influencia.

Objectif : état des lieux de la création de contenus du point de vue des marques.

Quelle stratégie ?

La fonction de brand content manager et l'organisation des content factories

Les priorités stratégiques entre les différents types de contenus

Les nouvelles tendances et nouveaux besoins des marques

Quel management des marques ?

La perception des différents prestataires disponibles, la part de l'interne Vs l'externe (sous-traitance)

Le management des contenus : répartition des rôles entre communication, marketing, digital, commercial, la direction générale, etc

Quels canaux de diffusions ?

Les canaux de diffusion prioritaires du contenu et l'évolution de l'achat d'espace

Le poids des réseaux sociaux avec des focus sur TikTok, YouTube, LinkedIn, Facebook et Instagram

Quels contenus ?

Les différents types de contenus : produit, corporate, marque employeur, grand public, influenceurs et BtoB

La place des contenus pérennes et inscrits dans la durée

L'intérêt pour les différents genres éditoriaux : livres, magazines, podcasts, web-séries, vidéos, mondes virtuels

Les contenus des influenceurs : macro, micro, UGC, etc

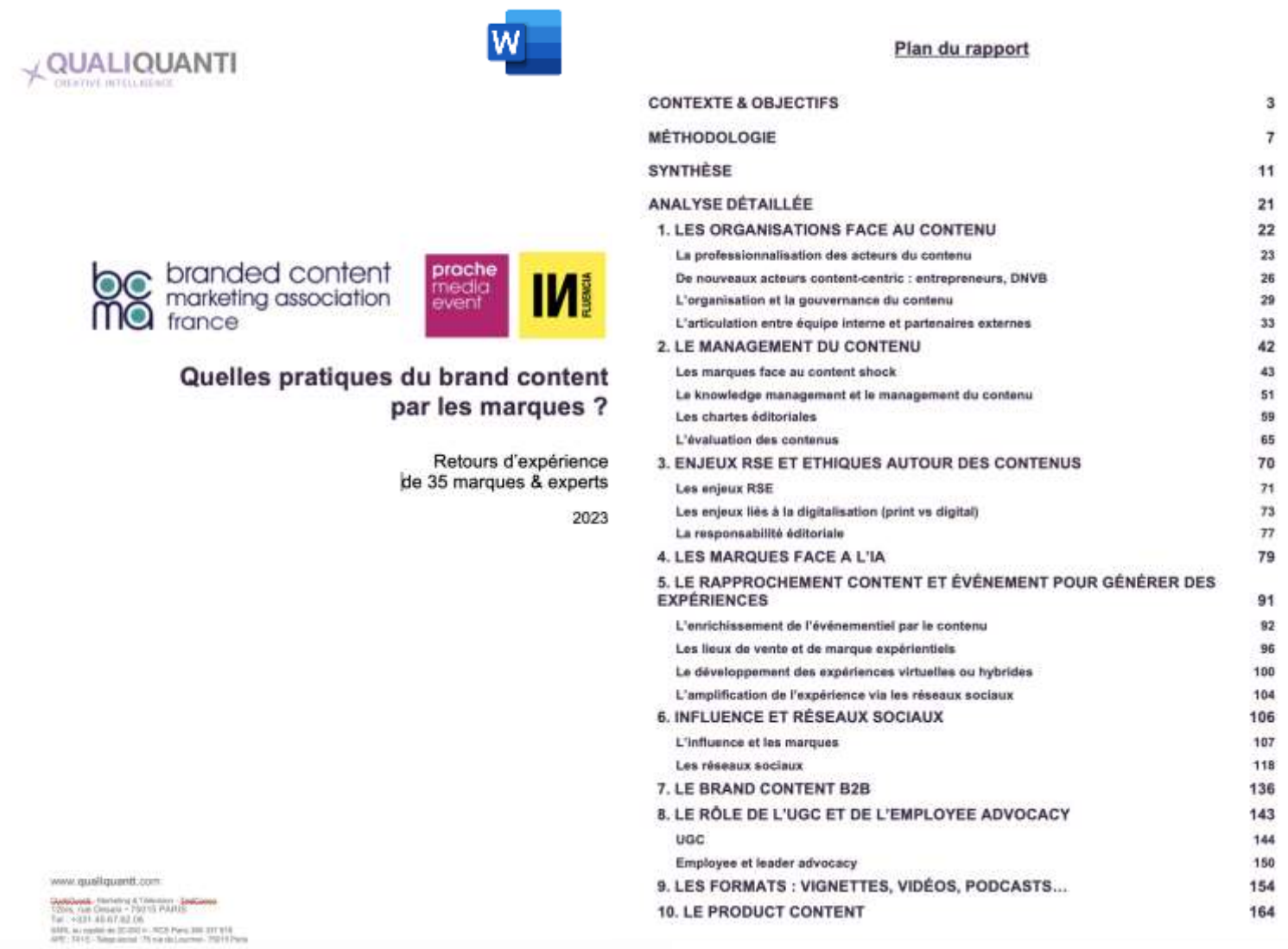
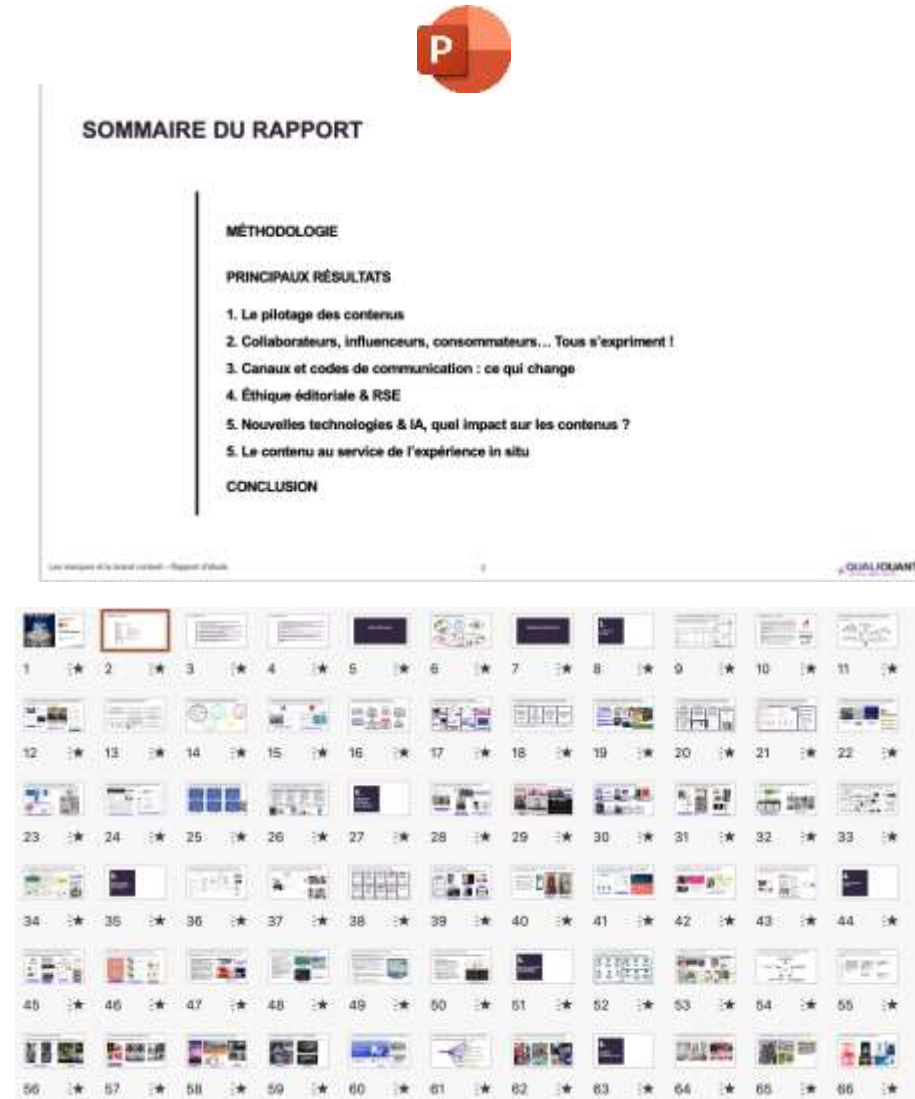
Quelle mesure de performance ?

L'importance des outils techniques, des solutions

Les outils de mesure prioritaires

RAPPORTS DE SYNTHÈSE COMPLET (PPT) & DÉTAILLÉ (WORD)

Accessibles en rejoignant la BCMA : <https://www.bcmafrance.com/>



UNE ÉTUDE RÉALISÉE PAR QUALIQUANTI, EXPERT BRAND CONTENT

Institut d'études et laboratoire de recherche, QUALIQUANTI produit depuis 1990 des études marketing en multipliant les angles d'observation pour établir un bilan complet « Insightful ».

NOTRE MISSION



1. ÉCLAIRER – associer des outils macro et micro à une recherche en continu

- **Via des dispositifs souples et créatifs articulant quali & quanti** avec une valeur ajoutée culturelle ;
- **Via une approche enrichie au travers du Big Quali**, méthodologie qui génère une grande diversité de données qualitatives. Pour en savoir plus <https://bigquali.com/>
- **Via une veille stratégique et une recherche permanente sur les marques, la communication et le retail** – cf nos travaux sur le brand content, le product content et la brand culture.

2. INSPIRER – délivrer des solutions concrètes et illustrées

- **Via un accès privilégié à toutes les données récoltées**, partagées en transparence tout au long de l'étude ;
- **Via des livrables clairs et attractifs** – usage de techniques journalistiques pour une meilleure lisibilité des résultats – **et richement illustrés** – photo et vidéo.
- **Via des workshop et des ateliers**, distincts des présentations des résultats.

BLOGS, ÉTUDES ET PUBLICATIONS DE QUALIQUANTI

2008

2012

2017

2020

2023



WOMEN^OLOGY.fr
The Lab by oufeminin



LE POTENTIEL
CRÉATIF ET INFORMATIF
DE L'AFFICHAGE DIGITAL

C'EST QUOI
UN QR CODE
PERFORMANT ?

INFLUENCEURS ET MARQUES
LES CLÉS D'UNE COLLABORATION
STRATÉGIQUE



1.

**Le pilotage de
contenus**

UNE INSPIRATION QUI PROVIENT DES MÉDIAS ET DE MARQUES

Au-delà de leurs concurrents directs.



LES DIFFÉRENTES STRUCTURES D'ORGANISATION

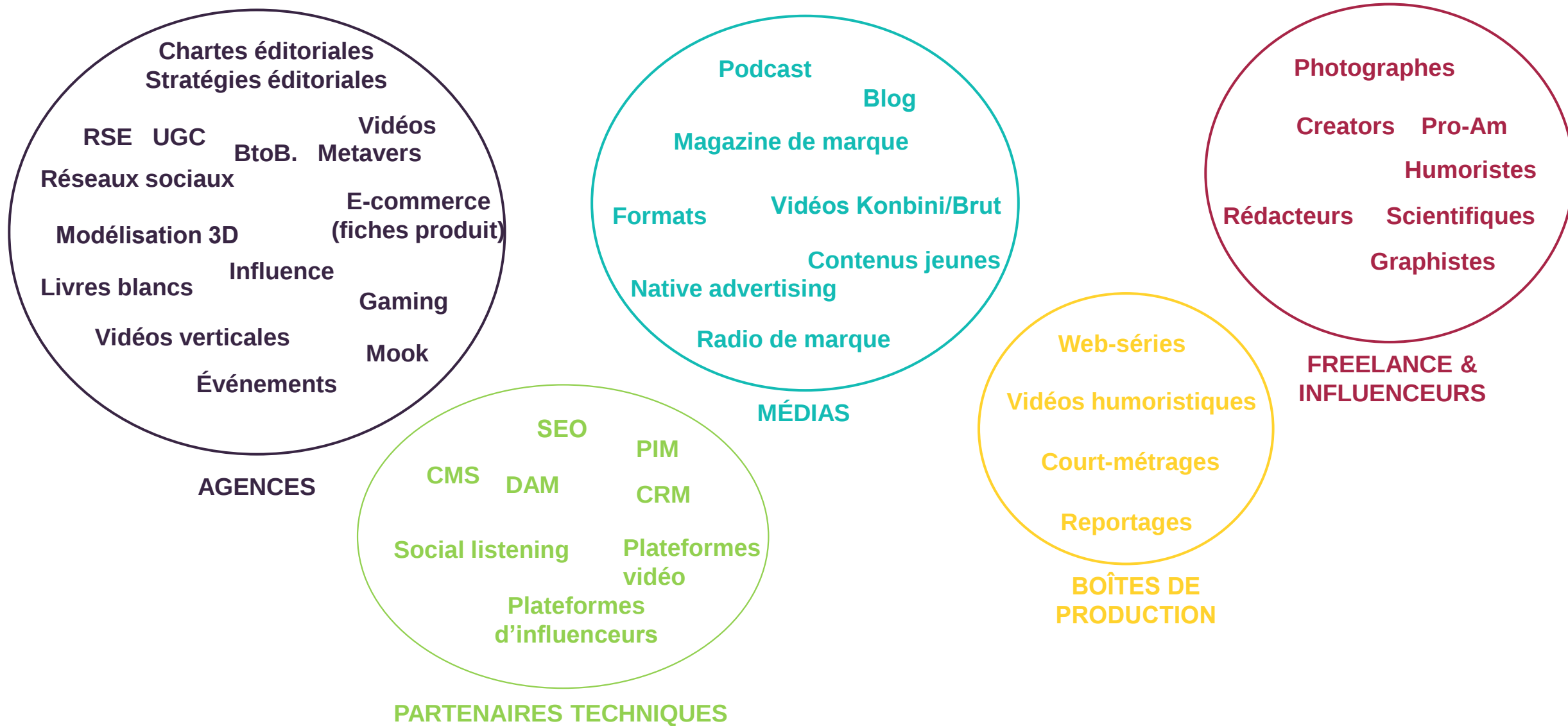
De la sous-traitance à l'intégration

Modèle avec une agence principale comme en publicité	Modèle avec pool de partenaires	Equipe en interne avec aides extérieures ponctuelles
---	---------------------------------	---



UNE CONSTELLATION DE PARTENAIRES EXTERNES POSSIBLES

Repérage difficile pour les marques.



DES CONTENUS RÉPARTIS ENTRE 4 PÔLES ET DIVERS SERVICES

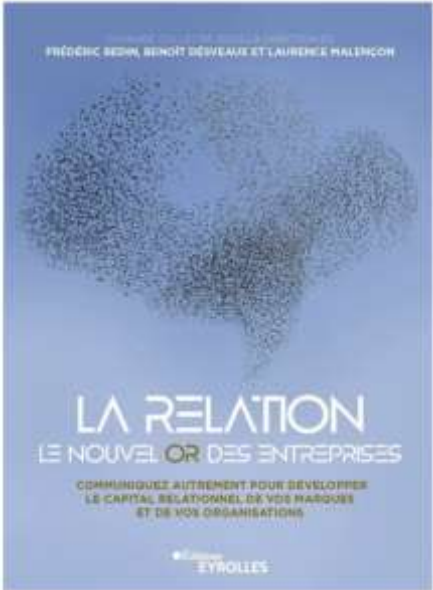


CONTENUS ORIENTÉS VENTES & MARKETING

CONTENUS ORIENTÉS ENTREPRISE

DES INDICATEURS QUALITATIFS À SUIVRE DANS LE TEMPS

Les contenus s'évaluent dans la durée, font partie de l'économie du don avec des bénéfices imprévisibles.

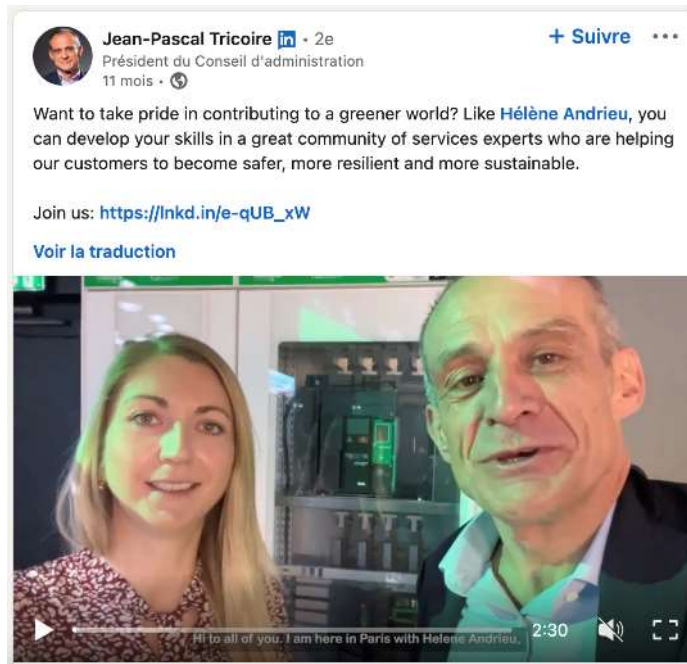
L'enrichissement de l'usage des produits et services	Le sens et la relation créée avec les publics	Le rôle social & culturel dans l'espace public	Le développement et la diversification
Il fait partie de l'offre : de plus en plus embarqué dans les produits et les services. 	Il développe le capital relationnel et favorise des rencontres: artistes, experts, société civile, parties prenantes... 	Pilier de la RSE et expression de la singularité. 	Il fait partie de la R&D, stimule la créativité et fait l'objet d'une courbe d'apprentissage. 

2.

**Collaborateurs,
influenceurs,
consommateurs...
Tous s'expriment !**

LA VEDETTARISATION DES LEADERS & DES COLLABORATEURS

L'employée et le leader-advocacy se développent sur les médias sociaux.

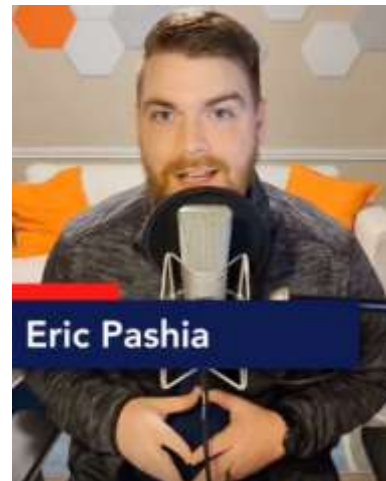


Interview face cam réalisée par Jean-Pascal Tricoire, Président du conseil d'administration de Schneider Electric

https://www.linkedin.com/posts/jptricoire_want-to-take-pride-in-contributing-to-a-greener-activity-6940354602689036289-QS_V?utm



Interview réalisée par Bertrand Swiderski, responsable développement durable chez Carrefour à l'occasion du lancement d'une initiative (collecte de bouteilles contre bons d'achats)
<https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6948633966237134848?updateEntityUrn=urn>



Vidéo célébration des 1 millions d'abonnés sur LinkedIn de Ceva Logistics

https://www.linkedin.com/posts/eric-pashia_cevapride-betterways-logistics-activity-698666655519055872-F0bi?utm

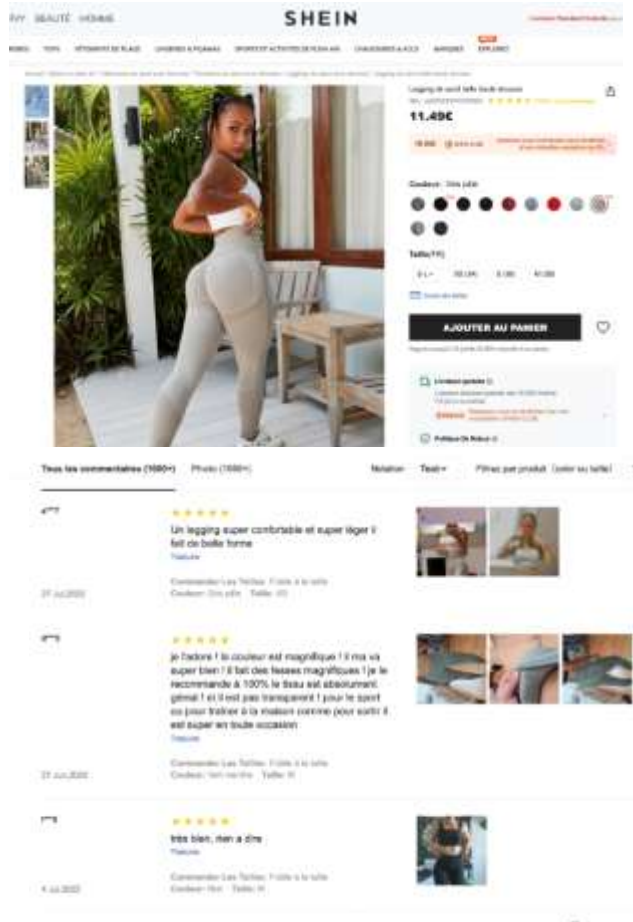


Présentation de Max – ambassadrice sportive virtuelle de Decathlon

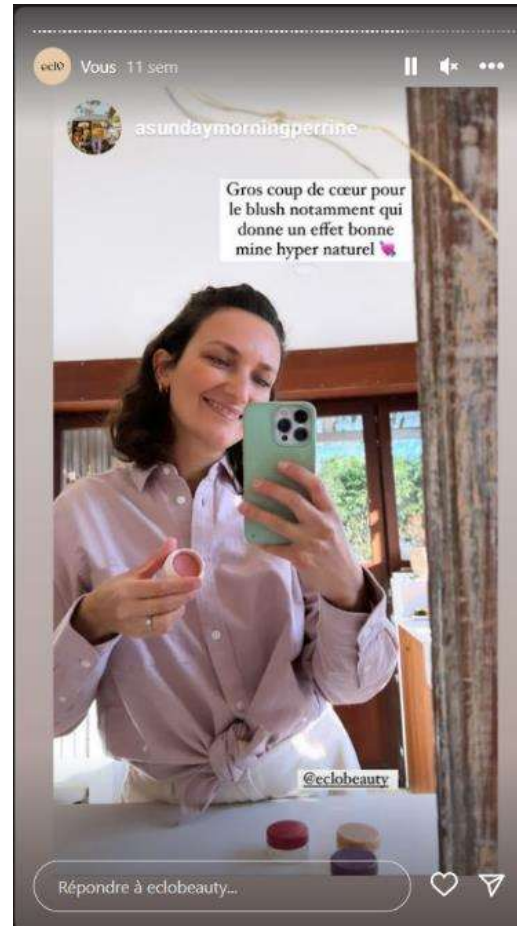
<https://www.linkedin.com/company/kalenji-oxylane-ex-decathlon/>

DES CONSOMMATEURS ENCOURAGÉS ET PARFOIS RÉCOMPENSÉS

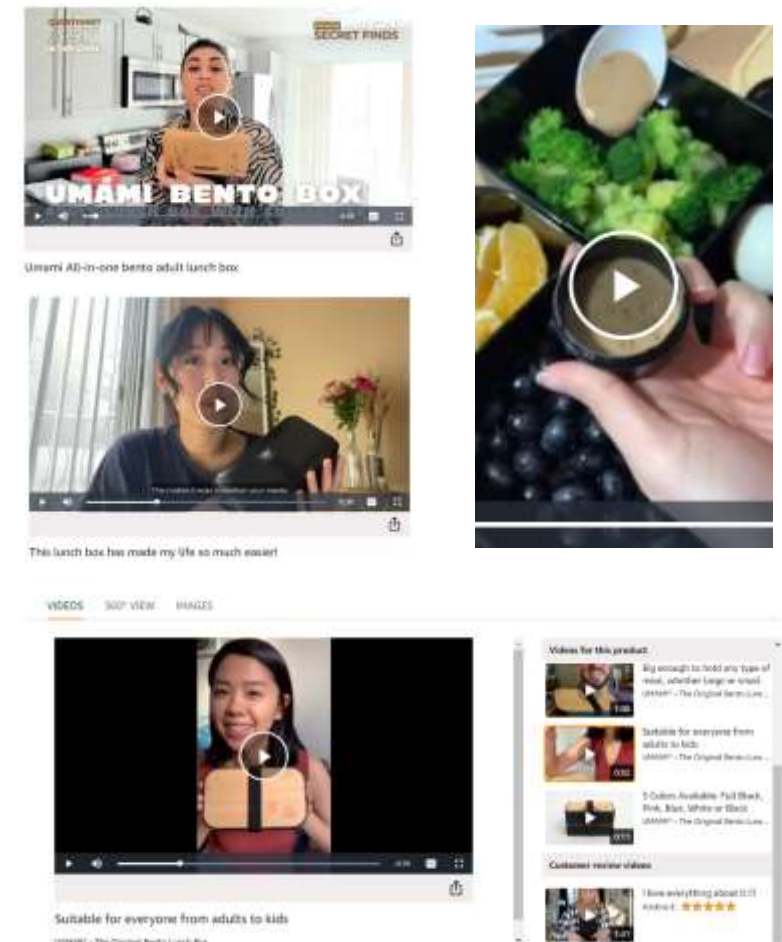
Avis, photos, témoignages vidéo spontanés, les User Generated Content.



Avis avec photos encouragés sur Shein
<https://fr.shein.com/Wide-Band-Waist-Softness-Sports-Leggings-p-10567724-cat-2188.html>



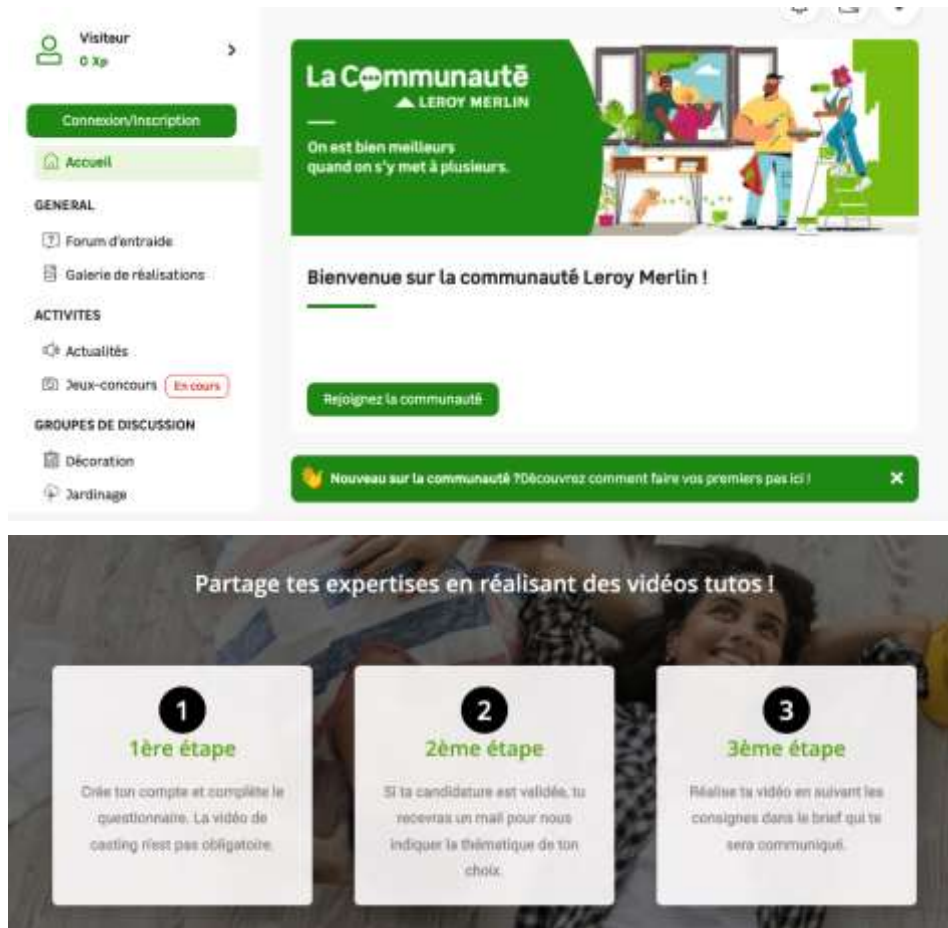
Story de
<https://www.instagram.com/asundaymorninperine/> en partenariat avec Eclo Beauty



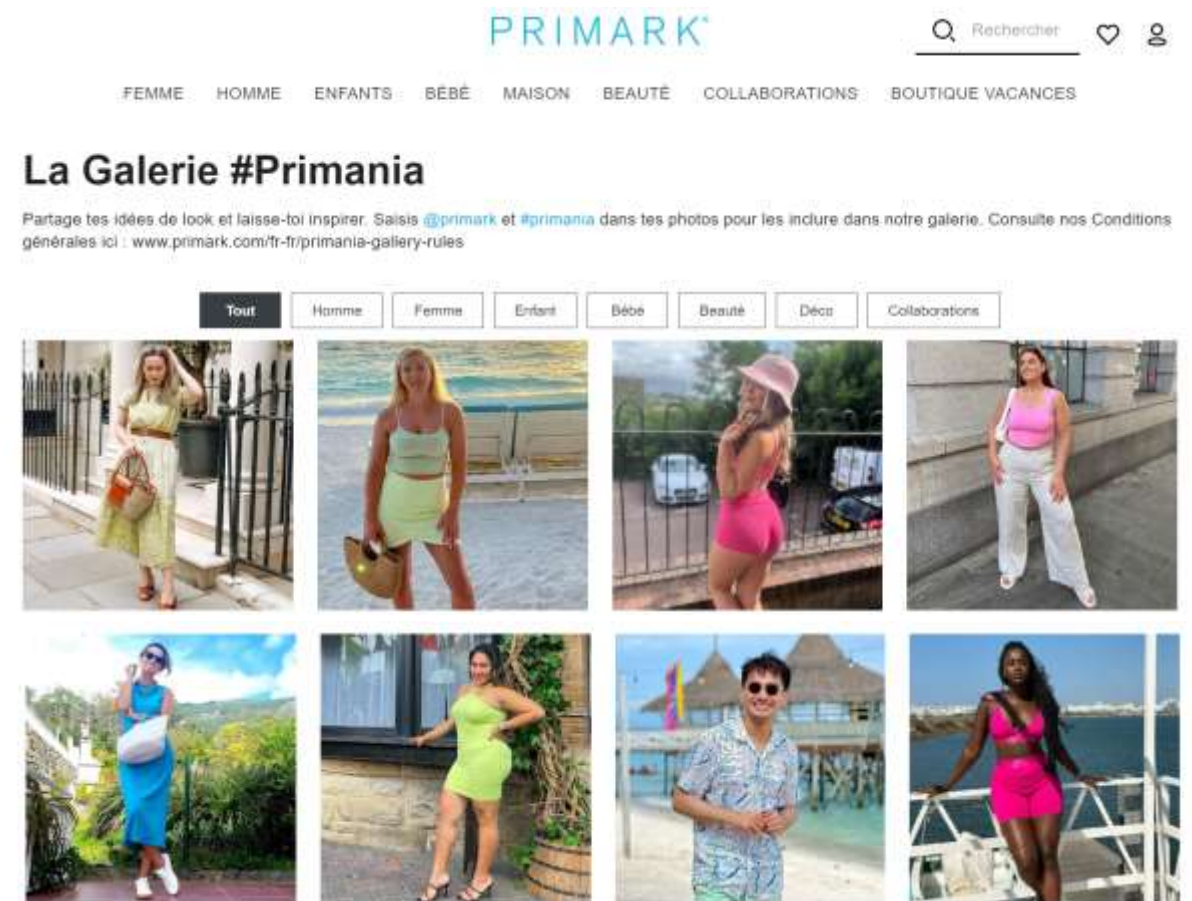
Des témoignages UGC diffusés sur les fiches produit des bento box d'Umami
https://www.amazon.com/Umami-Bento-Lunch-Women-Bamboo/dp/B0788F45XM?ref=ast_sto_dp

LE DÉVELOPPEMENT DE COMMUNAUTÉS DE CONSOMMATEURS

Qui partagent leurs expertises, conseils, outfits, etc.



Communauté de bricoleurs Leroy Merlin qui produit des tutoriels, des réponses aux questions des internautes
<https://communaute.leroymerlin.fr/app/629/channel/bienvenue-sur-la-communaute-leroy-merlin-1264>



Remontée de photos d'Instagram avec le #primania

<https://www.primark.com/fr-fr/primania>

LE CONTENU DE RÉFÉRENCE, OUTIL DE RELATIONS PUBLIQUES IDÉAL

Baromètres, enquêtes de référence, livres blancs génèrent des opportunités presse.

Le BAROMÈTRE
OBSERVATOIRE
Cetelem

2023

CONSCIENCE
DE CRISES

BAROMÈTRE CETELEM DE LA CONSOMMATION 2023

AUTO
2023

LA VOITURE,
QUOI QU'IL
VOUS EN COÛTE ?

OBSERVATOIRE
Cetelem

Une étude internationale réalisée dans 16 pays

bpifinance

BIPIFRANCE

BIPIFRANCE Le Lab présente la 76ème enquête de conjoncture auprès des PME : une étude sur la situation des TPE-PME à fin-2022 et leurs perspectives 2023, dans un contexte de crise énergétique

Paris, le 16 janvier 2023. - La 76ème enquête de conjoncture, basée sur les retours de 4 988 entreprises, permet d'évaluer la situation et les perspectives des TPE-PME en termes d'activité, d'emploi, de trésorerie et d'investissement, dans un contexte de crise énergétique.

Après un redressement en 2021, l'activité des TPE-PME a ralenti en 2022. Elle est restée toutefois plutôt dynamique, dans un contexte de légère diminution des ventes sur les approvisionnements : à +47, le chiffre d'affaires reste en 4 points sur un an mais reste supérieur à sa moyenne de long terme (+16). Dans ce contexte, et malgré des difficultés de recrutement persistantes, l'emploi reste exceptionnellement dynamique.

Le ralentissement de l'activité touche tous les secteurs au 1er d'ordre, même si le Tourisme et les Transports ont globalement bénéficié d'un effet de rebroussement post-Covid en 2022. Le ralentissement est le plus prononcé dans la Construction et le Commerce, alors que l'Industrie résiste mieux.

Les besoins de fonds, en particulier énergétiques, restent sur la situation financière des TPE-PME, qui s'est dégradée et devrait continuer à se détériorer durant les prochains mois, surtout d'un nouveau tiers National en 2023. Pour assurer le cash, les TPE-PME ont dû recourir à leur PGE : 36 2022, 57 % l'ont contracté en 2022 (contre 47 % en 2021) sur un an. Elles ont aussi commencé à augmenter leurs prix de vente (11 % d'entre elles).

Dans un contexte où les conditions d'accès aux financements se durcissent mais restent plus accessibles que précédemment, l'investissement reste en 2022.

Pour 2023, la perspective attendue des dirigeants d'approvisionnement et surtout la hausse de la facture énergétique, restent sur la confiance des dirigeants. À 49, l'indicateur relatif aux perspectives d'activité pour 2023 reste sur un sentiment largement positif au regard historique (+10). Celui sur l'emploi baisse aussi, dans une moindre mesure, et reste toutefois au-dessus de sa moyenne de long terme. Les perspectives d'investissement restent positives.

À court terme, si 34 % des TPE-PME considèrent qu'elles ont des perspectives positives des ventes, à moyen terme, 26 % des TPE-PME considèrent qu'elles ont des perspectives positives des ventes. 26 % des TPE-PME considèrent qu'elles ont des perspectives positives des ventes, à moyen terme, 26 % des TPE-PME considèrent qu'elles ont des perspectives positives des ventes.

Pour Philippe Melkoff, Directeur des études de conjoncture, « l'impact d'une situation plus contrainte, du fait de la hausse des prix de l'énergie, des dépenses de crédit, des difficultés de recrutement persistantes et de la hausse des prix des matières premières, est visible, mais les entreprises restent positives sur leur PGE et augmentent leurs prix de vente, dans une moindre mesure, de manière à maintenir des perspectives d'investissement pour 2023, en particulier pour les entreprises les plus exposées à la crise énergétique. Les entreprises restent positives sur leur activité et sur l'investissement dans les prochains mois ».

1. En 2022, l'activité des TPE-PME a ralenti en 2022, même si elle reste plutôt dynamique. À +47, le chiffre d'affaires reste en 4 points sur un an mais reste supérieur à sa moyenne de long terme (+16). Dans ce contexte, et malgré des difficultés de recrutement persistantes, l'emploi reste exceptionnellement dynamique. Le ralentissement de l'activité touche tous les secteurs au 1er d'ordre, même si le Tourisme et les Transports ont globalement bénéficié d'un effet de rebroussement post-Covid en 2022. Le ralentissement est le plus prononcé dans la Construction et le Commerce, alors que l'Industrie résiste mieux. Les besoins de fonds, en particulier énergétiques, restent sur la situation financière des TPE-PME, qui s'est dégradée et devrait continuer à se détériorer durant les prochains mois, surtout d'un nouveau tiers National en 2023. Pour assurer le cash, les TPE-PME ont dû recourir à leur PGE : 36 2022, 57 % l'ont contracté en 2022 (contre 47 % en 2021) sur un an. Elles ont aussi commencé à augmenter leurs prix de vente (11 % d'entre elles). Dans un contexte où les conditions d'accès aux financements se durcissent mais restent plus accessibles que précédemment, l'investissement reste en 2022. Pour 2023, la perspective attendue des dirigeants d'approvisionnement et surtout la hausse de la facture énergétique, restent sur la confiance des dirigeants. À 49, l'indicateur relatif aux perspectives d'activité pour 2023 reste sur un sentiment largement positif au regard historique (+10). Celui sur l'emploi baisse aussi, dans une moindre mesure, et reste toutefois au-dessus de sa moyenne de long terme. Les perspectives d'investissement restent positives. À court terme, si 34 % des TPE-PME considèrent qu'elles ont des perspectives positives des ventes, à moyen terme, 26 % des TPE-PME considèrent qu'elles ont des perspectives positives des ventes. 26 % des TPE-PME considèrent qu'elles ont des perspectives positives des ventes, à moyen terme, 26 % des TPE-PME considèrent qu'elles ont des perspectives positives des ventes.

Le Comptoir
malakoff humanis

ACCUEIL

BAROMÈTRE ABSENTÉISME 2023 : AGIR SUR L'ABSENTÉISME, C'EST POSSIBLE !

50% des salariés en arrêt maladie en 2022 : l'absentéisme n'a jamais été aussi élevé

Baromètre Absentéisme Malakoff Humanis 2023

Publié le 07.08.2023

Etude Performance RH

Baromètre Absentéisme 2023 : agir sur l'absentéisme, c'est possible !

Auteur

Anne-Sophie Godon-Renonnet est Directrice des services et du département études et recherches sur la performance sociale des entreprises chez Malakoff Humanis. Elle construit et déploie une stratégie de services répondant aux enjeux des clients du Groupe : entreprises, salariés et branches professionnelles. Elle est par ailleurs professeur associée au Cnam.

TENDANCE
HOTELLERIE

EXPERIENCE

Home

Agenda

Articles

Les prix de 00

Annuaire

Startups

Études

Albums

C'est un Communiqué de presse

Digitalisation des restaurants - METRO France dévoile un nouveau livre blanc

17 janvier 2023 à 10h01 par TH - Mots clés : innovation - livre blanc - FoodTech - METRO - technologie

Twitter

Facebook

LinkedIn

LIVRE BLANC

COMMENT DIGITALISER SON RESTAURANT ?

TOUS CE QU'IL FAUT SAVOIR POUR PRÉPARER SON RESTAURANT AU FUTUR

les halles
METRO

3.

**Canaux et codes
de communication :
Ce qui change**

RÉORIENTATION DE GOOGLE COMME MOTEUR DE PRODUITS

PC

tondeuse à gazon

TousShoppingImagesVidéosActualitésPlus

Outils

Environ 8 940 000 résultats (0,57 secondes)

Résultats pour 75015 Paris - Choisir une zone

Sponsorisé

UFC-Que Choisir

https://www.uecholsir.org/...test-comparatif/...tondeuse-gazon/

Laquelle choisir en 2023 ? - Comparatif Tondeuses à gazon

Quelle tondeuse à gazon choisir ? Thermique, électrique, manuelle ? Le résultat dès 6,99€. Pour que la corvée de tonte n'en soit plus une ! Découvrez le test comparatif pour 6,99€. Expert, comparatif. Offre : 45€ pour 1 an, militant. Types: Thermique, Électrique.

Sponsorisé

Castorama

https://www.castorama.fr/

Tondeuse à Gazon - Livraison à domicile

Découvrez notre gamme de Tondeuse à Gazon conçue pour répondre à toutes...
★★★★★ Note associée à castorama.fr: 4,7 - 47 avis

Sponsorisé

Truffaut

https://www.truffaut.com/

Tondeuse Gazon - Site officiel Truffaut - Livraison offerte dès 59€

Découvrez notre large gamme d'outillage à moteur : tondeuses, taille-haies, broyeur etc.

Sponsorisé

Leroy Merlin

https://www.leroymerlin.fr/

Tondeuse beaux jours 150cc au meilleur prix | Leroy Merlin

Sublimez vos murs avec les papiers peints trompe oeil de Leroy Merlin au meilleur prix.

Leroy Merlin

https://www.leroymerlin.fr/outils-motoculture-jardin/...

Tondeuse à gazon

Tondeuse et tracteur de jardin - Marques, Stock & Livraison rapide chez Leroy Merlin. Un grand choix de produits aux meilleurs prix.
Tondeuse thermique - Tondeuse sur batterie - Tondeuse électrique - fliare

Questions associées

Quels sont les meilleurs tondeuse à gazon ?

Quel est le prix d'une tondeuse à gazon ?

Quelle est la différence entre une tondeuse thermique et une tondeuse à essence ?

Quel type de tondeuse selon surface du terrain ?

Commentaires

Smartphone

tondeuse a gazon

TousImagesVidéosActualités

Acheter : tondeuse a gazon

Sponsorisé

Bosch Tondeuse à Gazon ARM54...

198,93 €

Livraison gratuite Amazon.fr

Bosch - ARM - Tondeuse à...

84,99 €

Livraison gratuite Amazon.fr

Tondeuse électrique 1

69,90 €

Castorama

Largeur de coupe 34 cm

Par Google

Largeur de coupe 38 cm

Par Google

Largeur 38 32 cm

Par Feed P

Affichez les résultats pour

tondeuse

Définition du dictionnaire

tondeuse

Définition du dictionnaire

Amazon

prime day

Se connecter

tondeuse a gazon

Sélectionnez votre adresse de livraison

primeOffres Prime Day

tondeuse a gazon

Découvrez les tondeuses à gazon EPIRELL

339,92€

Exclusivité Amazon

Bosch Home and Garden Tondeuse à gazon - ARM 5200 (1200 W, largeur de coupe : 3...

4.1

82,99€

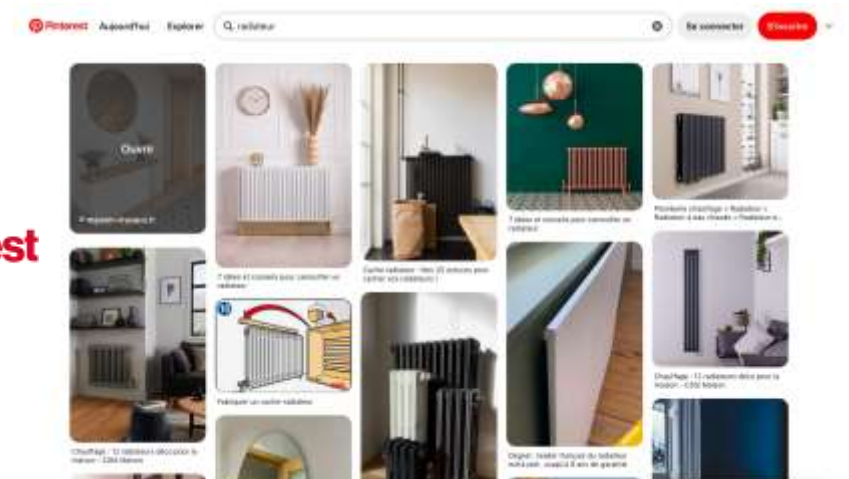
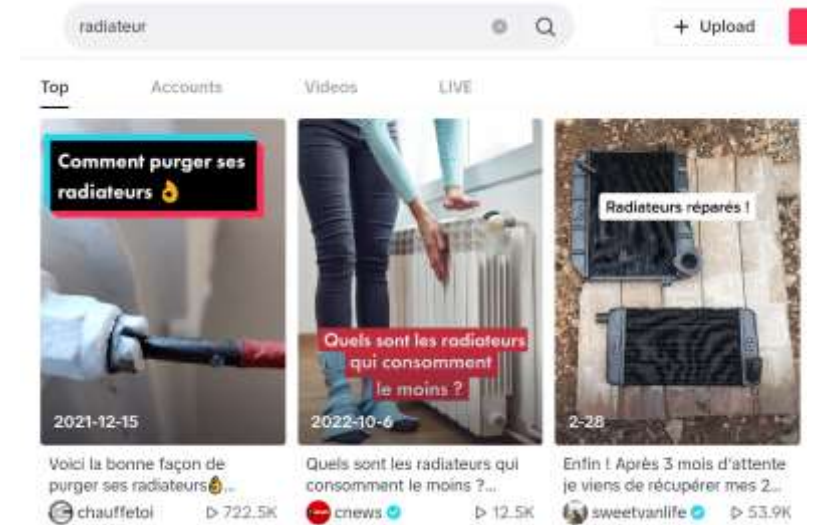
Bosch Tondeuse à Gazon ARM54, (1500 W, largeur de coupe 34 cm, dans une boîte...

4.2

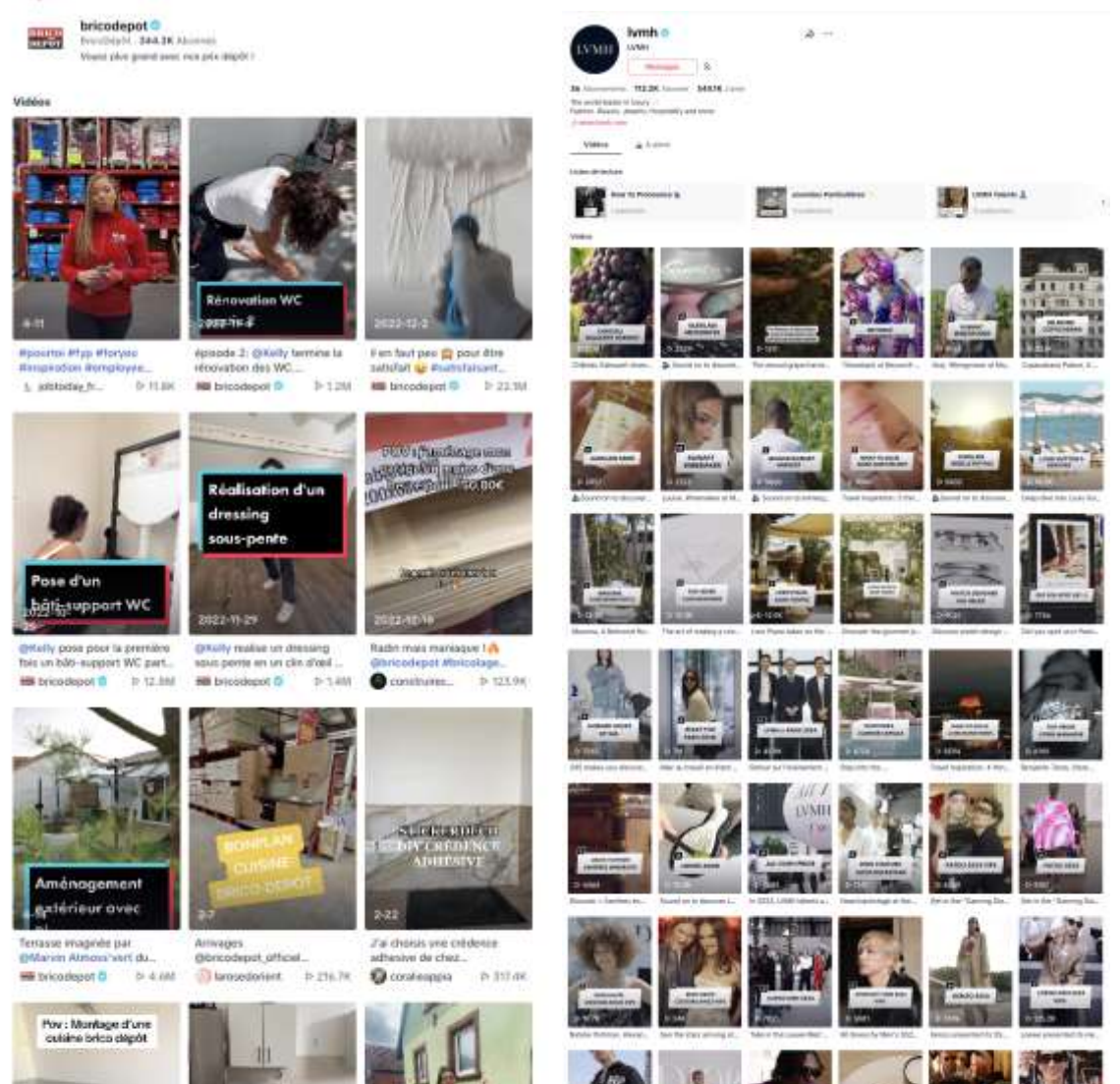
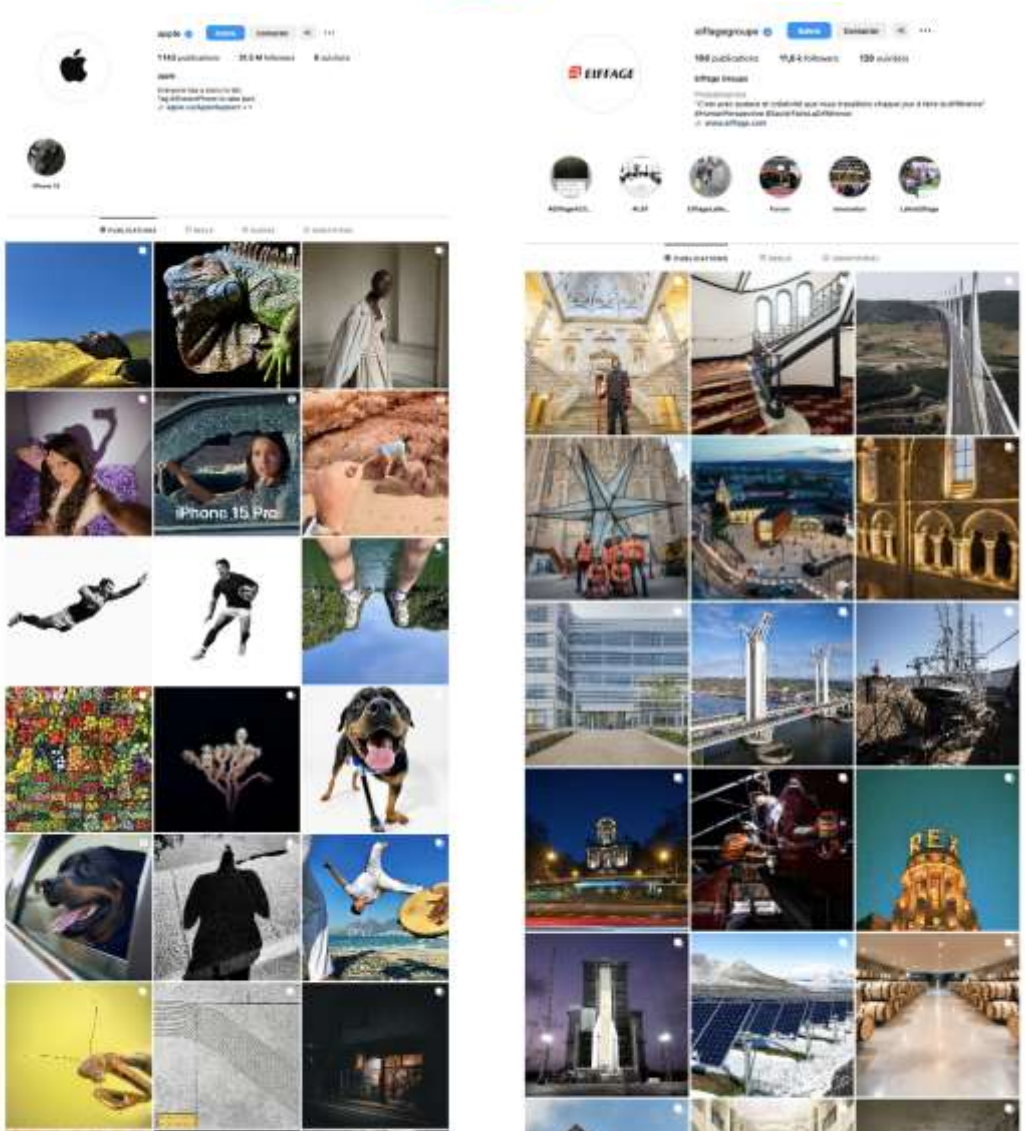
97,99€

YOUTUBE, TIKTOK, PINTEREST ONT DES MOTEURS DE CONTENUS

Utilisés comme réponses aux questions des internautes et sources d'inspiration.



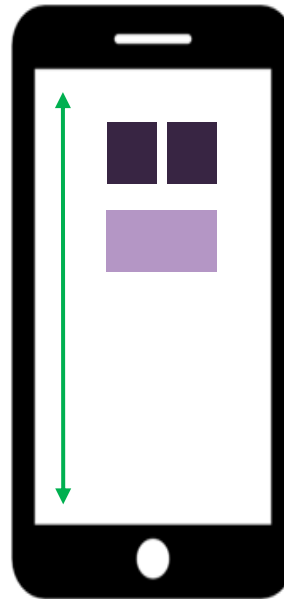
SPÉCIALISATION DES CONTENUS PAR CANAUX : INSTAGRAM & TIKTOK



LA VIDÉO VERTICALE S'IMPOSE : REELS, TIKTOK, YOUTUBE SHORT

Particulièrement adaptée aux smartphones.

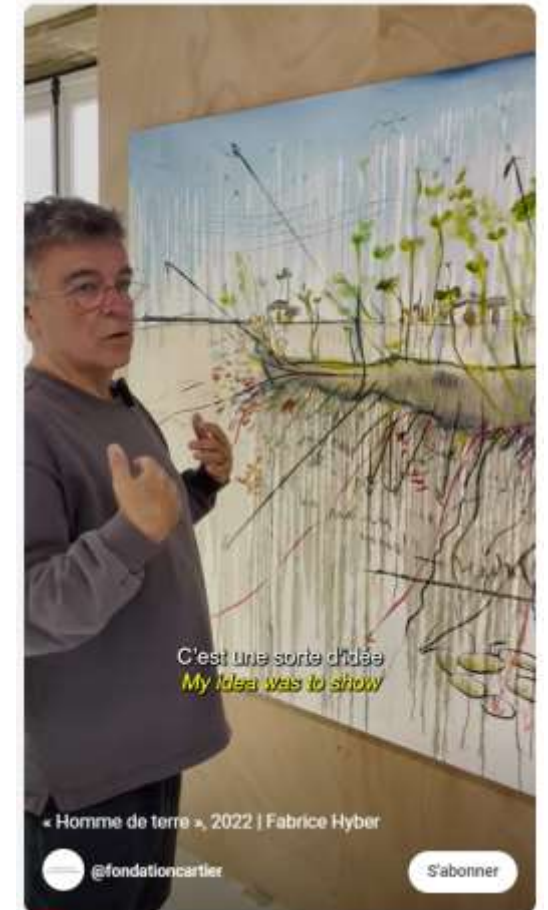
- **Mono-colonne avec déroulement vertical** : on passe dans le **temps successif**
- Éléments sacrifiés en raison des **contraintes d'espace**
- **On voit les choses les unes après les autres**, pas dans le même champ visuel
- Une vidéo ou la présence d'un menu permet d'éviter le scroll mais prend du temps



Scroll
vertical =
navigation
dans le
temps



Story Instagram d'Eclo
<https://www.instagram.com/stories/highlights/17973669901542176/>



YouTube Short de Fabrice Hyber sur
la chaîne de la Fondation Cartier
<https://www.youtube.com/shorts/blhXMTevb5g>

LE PODCAST DE MARQUE : INTIMITÉ, EXPERTISE, B2B, FORMATION

Idéal pour le dialogue, les échanges intimes, les interviews, la formation. Intégration dans des articles.



<https://singularite.voixdespatients.fr/histoires/>



Decathlon intègre des podcasts dans ses articles

<https://conseilsport.decathlon.fr/les-regles-le-cycle-menstruel-les-menstruations-et-le-sport-je-taime-moi-non-plus>



Concepteur de programmes à la croisée de 3 savoir-faire complémentaires

Le podcast learning puise ses sources dans la transmission ancestrale des savoirs, savoir-faire et savoir-être par la VOIX.

LA NEWSLETTER, CLÉ POUR POUSSER DES CONTENUS

Un outil d'abonnement qui fidélise par le push. Synthétique, adapté au smartphone, avec un ton original.



Bénéficiez de -10% sur votre première commande en vous abonnant à notre newsletter :

e-mail@example.com

S'INSCRIRE

Eclo beauty offre des réductions pour inciter ses clients à s'inscrire à la newsletter

Une newsletter adaptée au smartphone par Harmonie mutuelle
<https://www.essentiel-sante-magazine.fr/newsletter/newsletter-227>

4.

**Nouvelles technologies
& IA, quel impact
sur les contenus ?**

LE QR CODE, UNE TECHNOLOGIE POLYVALENTE

Le QR code peut déclencher un contenu (site, vidéo, podcast, pdf, texte, carte, appli), une interaction (téléphone, mail, SMS, visio, questionnaire), une connexion ou ouvrir une fonctionnalité du smartphone.



Ouvrir un site internet ou un media social



Regarder une vidéo en ligne ou un contenu multimédia



Ecouter un podcast, une playlist, le son d'une conférence



Afficher un texte ou rédiger un texte libre



Montrer un point géographique précis sur une carte



Télécharger une appli

CONTENU



Ouvrir WhatsApp, déclencher un appel



Envoyer un courriel ou un SMS

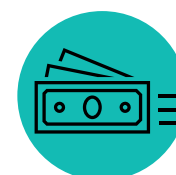


Ouvrir une visio, un questionnaire, un formulaire

INTERACTION



Se connecter à une borne wifi ou ouvrir une clé



Faire un paiement (Lydia, PayPal, Bitcoin), un don, donner un pourboire



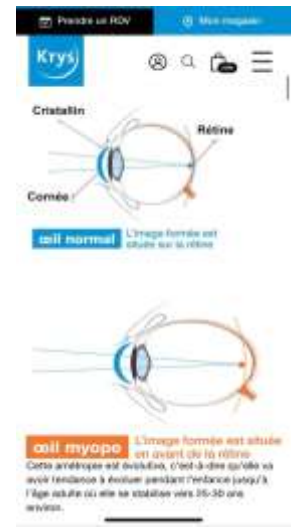
Ajouter une carte de visite (vCard) dans les contacts ou un événement (Calendar)

CONNEXION

LA GÉNÉRALISATION DES QR CODES DU PRODUCT AU BRAND CONTENT



150 produits U à prix coûtant:



Primevère

1. Carnet de Santé (194)

Vous êtes ?

☐ Un homme ☐ Une femme

Quel âge avez-vous ?

☐ < 40 ans ☐ 40 à 49 ans ☐ 50 à 59 ans ☐ 60 à 69 ans ☐ 70 ans et plus

Combien mesurez-vous ?

Combien pesez-vous ?

LA GÉNÉRALISATION DES CONTENUS SYNTHÉTIQUES

Studios virtuels, images et voix synthétiques, tutos incarnés par des avatars, décors 3D.



Modélisations produits Louboutin Beauty sur Instagram



Assistant virtuel Carrefour



Maison 3D Rowenta utilisée pour les tournages de la marque

CONTENUS & TECHNOLOGIE OUVERT DES ESPACES CRÉATIFS

Avatars, défilés gamifiés ou en streaming, Qr codes oniriques, écrans digitaux interactifs, zooms



Naissance d'un avatar chez L'Oréal
https://youtu.be/WwkumQZ_kSU?si=g3R8ZwHXi6i_yp48



Défilé interactif gamifié par Louis Vuitton
<https://lnkd.in/egfUMaXy>



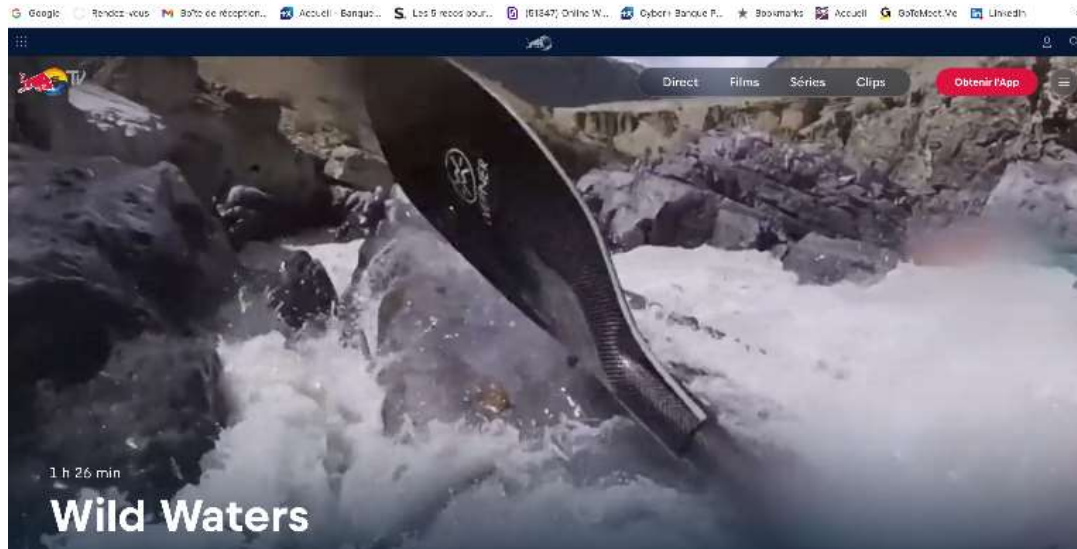
QR code avec un parcours interactif autour
du château ambulant chez Loewe
<https://howls.loewe.com/>



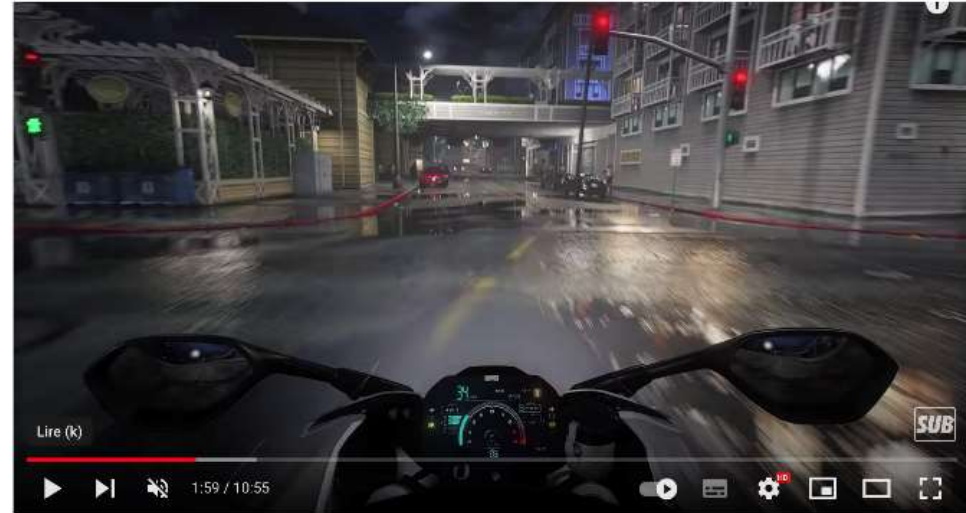
Meta Profiler de Giorgio Armani

LE CONTENU S'APPARENTE DE + EN + À UNE EXPÉRIENCE

Recherche de contenus immersifs, stimulants, multi-sensoriels via la GoPro ou les jeux vidéos.



Descente en kayak filmée à travers des lunettes GoPro
<https://lnkd.in/e7J5dNS3>



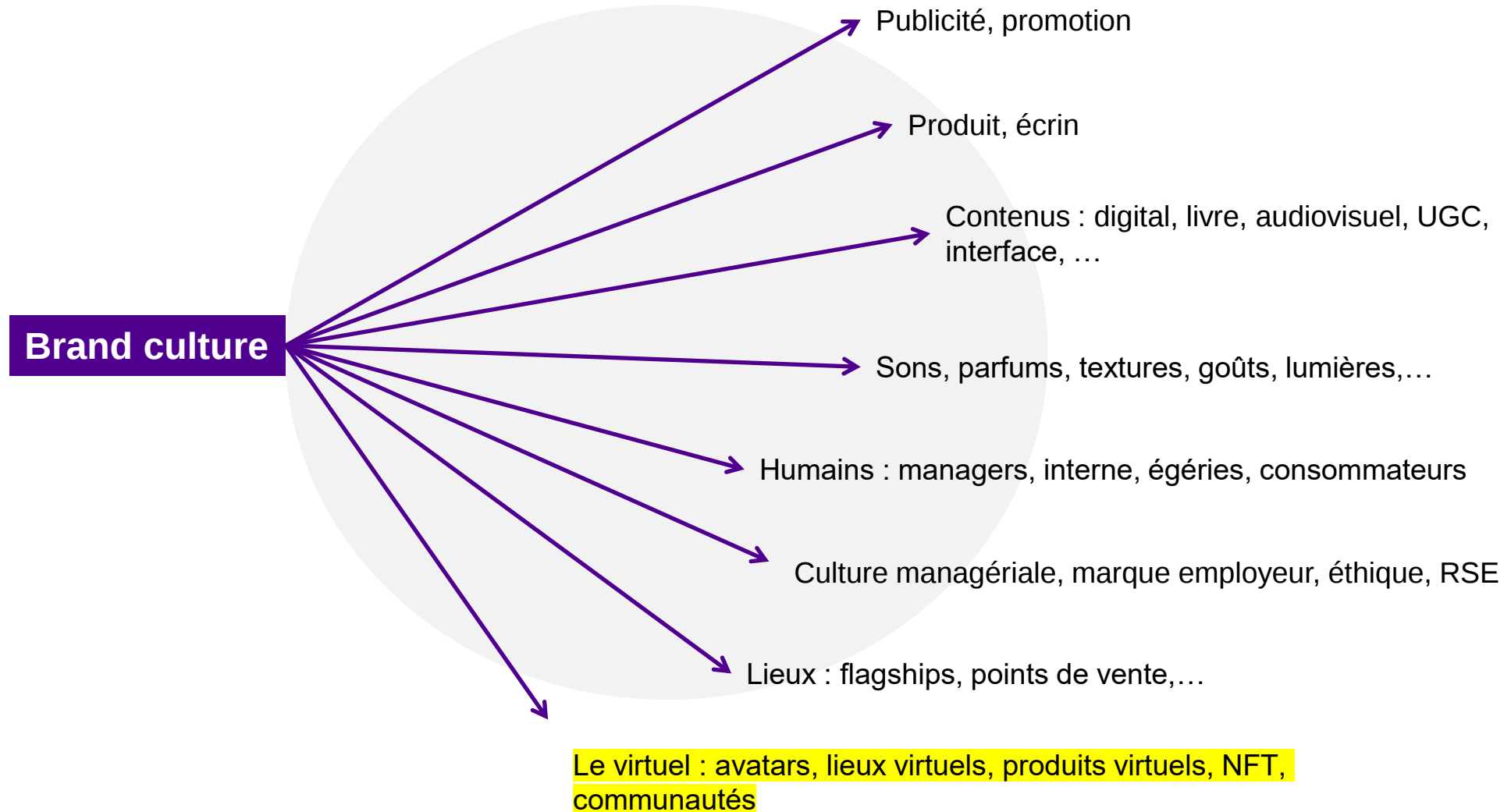
4K60 GTA 5: POV Ultra Realistic Motorbike Ride Gameplay! 2023 Ray Tracing RTX 3090 Graphics Mod!



Gameplay d'une conduite de moto dans le jeu GTA5
<https://lnkd.in/ephpeujr>

LE VIRTUEL, NOUVEAU CANAL D'EXPRESSION POUR LES MARQUES

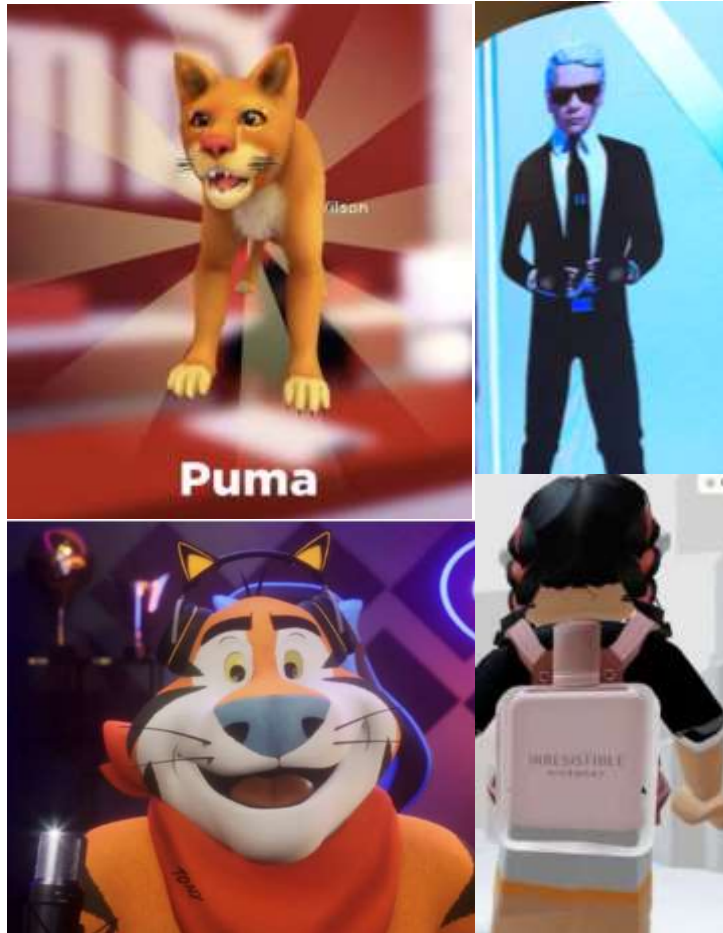
Les marques sont invitées à se projeter dans ces nouveaux espaces.



3 MODALITÉS POUR LES MARQUES DANS LES MONDES VIRTUELS

L'avatar pour incarner marque ou joueurs ; les lieux pour évoluer ; les objets virtuels (à offrir ou à vendre)

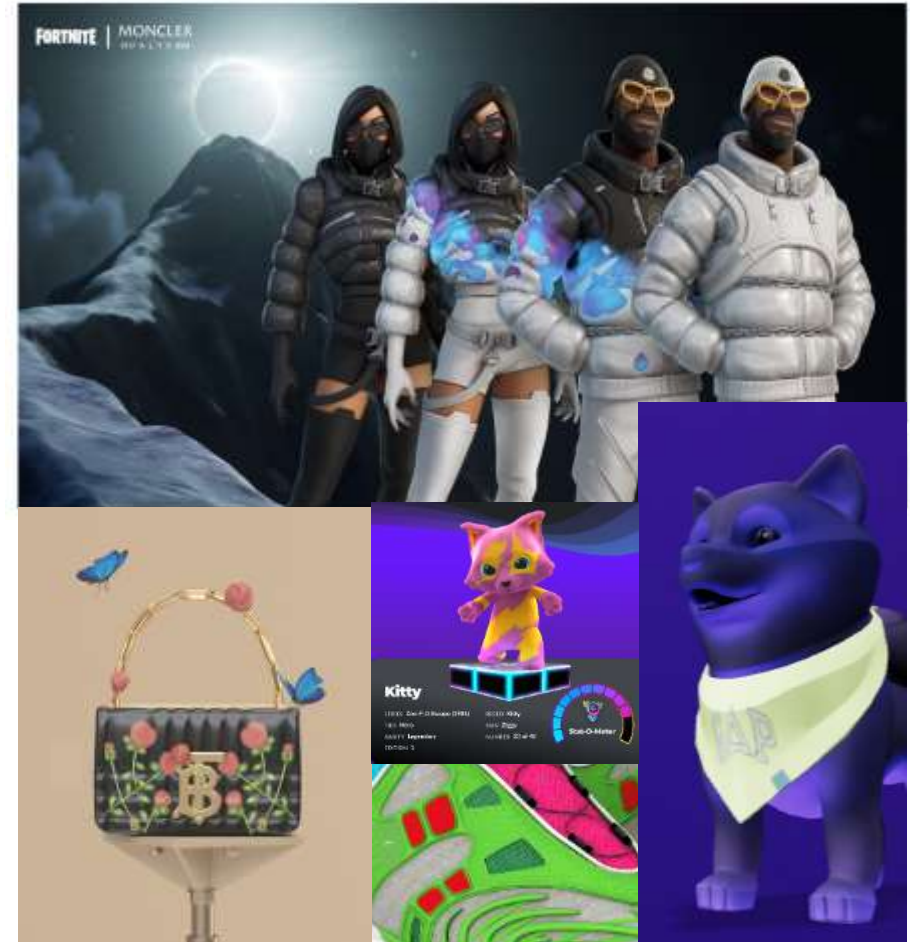
Les avatars



Les lieux



Les objets virtuels



Conclusions

KEY TAKEAWAYS 1/2

1. NOUS SOMMES RENTRÉS **DANS L'ÈRE DU MANAGEMENT** STRATÉGIQUE DU CONTENT VERSUS L'ÈRE DE LA PRODUCTION
2. L'ORGANISATION DES **ÉQUIPES DE CONTENU EST UN MODEL HYBRIDE** (INTERNE /EXTERNE) AVEC UNE DIVERSITÉ D'INTERVENANTS ET UN MANQUE D'EXPERTS SENIORS.
3. **LA CONTENT FACTORY** S'IMPOSE COMME **LE RÉVÉLATEUR** DE LA CONTENT STRATEGY. ELLE REGROUPE TOUS LES CONTENUS DES ORGANISATIONS
4. **LES CATÉGORIES DE CONTENU SE CLARIFIENT AUTOUR DE 4 PÔLES:** COMMERCE CONTENT, MARKETING CONTENT, CORPORATE CONTENT, RH CONTENT
5. **L'INFLATION DES CONTENUS S'ACCENTUE** AVEC UN BESOIN D'UNIFIER VIA UN CANAL PROPRIÉTAIRE, UNE SPÉCIALISATION DES CANAUX ET UNE CHARTE.

KEY TAKEAWAYS 2/2

6. **MUTATION DANS LA PRODUCTION:** LE CONTENU S'ORGANISE, SE RATIONNALISE (RECYCLAGE ET AUTOMATISATION), DEVIENT PLUS RESPONSABLE VOIRE ÉTHIQUE
7. **CONTENUS D'INFLUENCE, INTERNES, EXPÉRIENTIELS ET PRODUCT CONTENT** OCCUPENT UNE PLACE DE + EN + IMPORTANTE
8. **LA DIFFUSION DES CONTENUS POSE QUESTION:** RÉPARTITION PAR CANAL, RÉUTILISATION ET PAID MEDIA
9. **LES INDICATEURS NE REFLÈTENT PAS ASSEZ L'IMPACT LONG TERME ET BUSINESS.** NE PAS OUBLIER L'IMPACT RELATIONNEL, SOCIÉTAL ET LA LÉGITIMITÉ ÉDITORIALE.
10. **LA TECHNOLOGIE ET L'IA,** ACCÉLÉRATEURS POUR PILOTER, PRODUIRE & REGROUPER LES CONTENUS .

CONTACTS

Daniel Bô

dbo@qualiquanti.com

06 85 40 50 60

<https://linktr.ee/qualiquanti>



12 bis rue Desaix, 75015 PARIS

01.45.67.62.06

Site : www.qualiquanti.com



Bonus

<https://www.productcontent.fr>



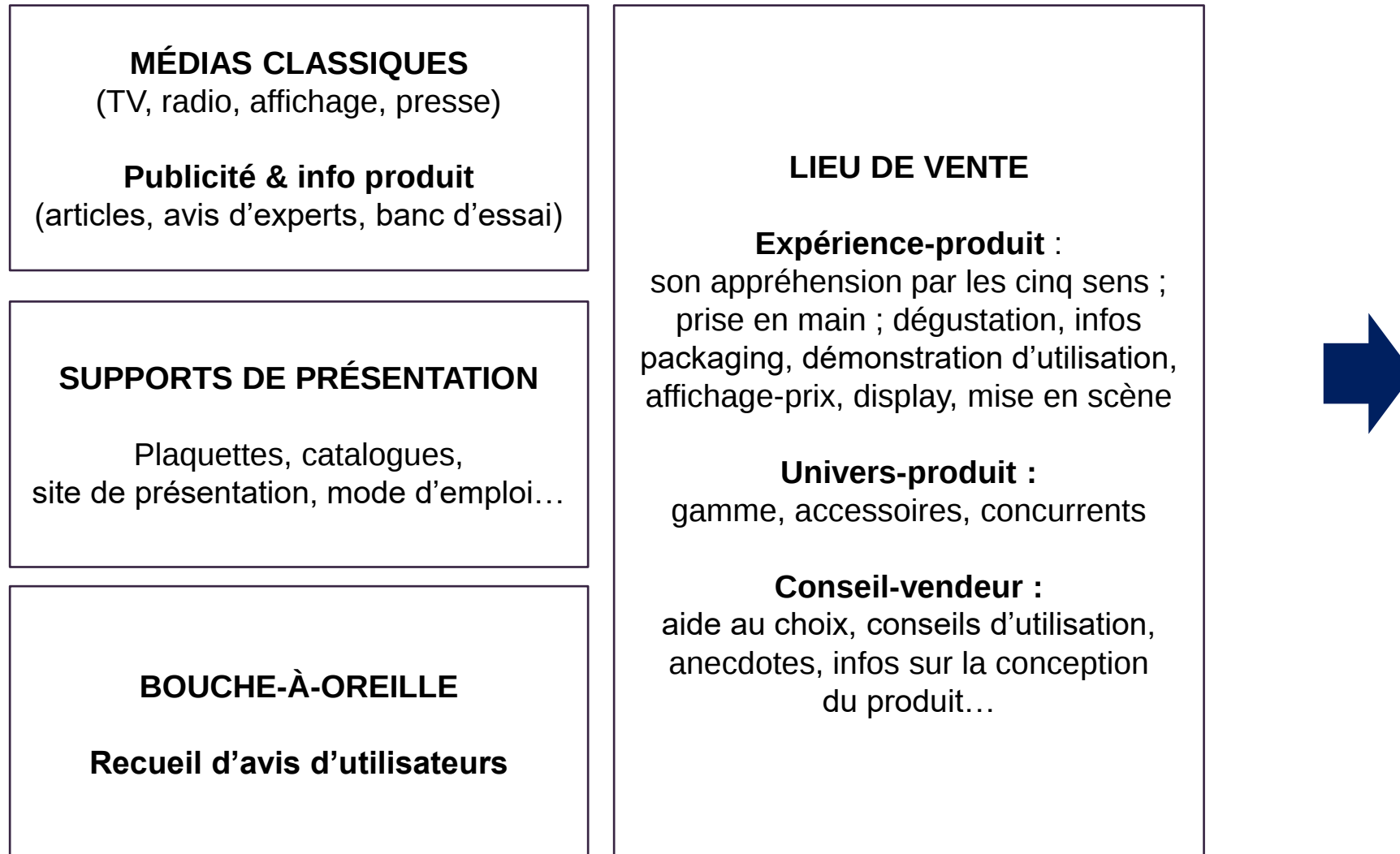
PRODUCT CONTENT?

Du contenu éditorial pour choisir et utiliser les produits et services :
observatoire et analyses



DES SOURCES D'INFORMATION PRODUIT TRADITIONNELLES...

Des fonctions jouées initialement par la publicité, le catalogue, le bouche à oreille et le lieu de vente.



... AU PRODUCT CONTENT, QUI CENTRALISE LES SOURCES D'INFO

Une forme de communication multi-dimensionnelle



L'INFO PRODUIT EST INCONTOURNABLE

LA FICHE PRODUIT
à l'heure du e-commerce
pour choisir sans prise en main

DECATHLON RECHERCHER UN SPORT, UN PRODUIT OU UNE RÉFÉ...

TOUS LES SPORTS | HOMME, FEMME, ENFANT | ACCÉDER

Plongées (Sports su... | Snorkeling, Randonn... | Masques Easybreath | Easybreath Junior bL

SUBEA
NOUVEAUTÉ

SES AVANTAGES

- FACILITÉ DE RESPIRATION**
Masque intégral pour une respiration naturelle par le nez et/ou par la bouche.
- LIMITATION DE LA BULLE**
Concept exclusif de circulation d'air qui permet d'éviter l'apparition de bulles.
- CHAMP DE VISION**
Champ de vision panoramique, effet 180°.
- FACILITÉ À METTRE / ENLEVER**
Sangle nastie élastique réglable qui ne tire pas les cheveux.
- ÉTANCHÉITÉ**
Tuba avec système "dry-top-release" qui stop l'entrée d'eau par le haut tuba.
- ÉVACUATION DE L'EAU**
Vanne de purge en bas du masque pour évacuer l'eau lorsque l'on incline la tête.
- ADAPTABILITÉ MORPHOLOGIQUE**
Taille XS avec une jupe faciale en silicone favorisant confort et étanchéité.

CHOISISSEZ LA BONNE TAILLE ET PROFITEZ PLEINEMENT DE VOTRE MASQUE EASYBREATH

< à 10 cm (1-1.51) **XS** (POUR ADULTES)
10 à 12 cm (1.51-1.71) **S/M**
> à 12 cm (1.71+) **M/L**

Vidéos

LA DÉMO TECHNIQUE

pour mettre au jour les **mécanismes cachés** (réactions mécaniques, chimiques, logiciels ou électronique) de produits de + en + complexes (**tuba vs masque de snorkeling**)



ACCOMPAGNER L'ACHETEUR DANS SA DÉLIBÉRATION

L'acte d'achat est le résultat d'un processus, qui consiste à peser les options, à scruter l'objet, à le comparer, à regarder les avis, à déterminer sa préférence et, finalement, à prendre sa décision.

Il faut accompagner ce processus **avec** :



Une info **détaillée et objective**



L'expérience des **dimensions (visuelles, tactiles...)**

FICHE PRODUIT / ESPACE DE MARQUE : 2 LOGIQUES SPÉCIFIQUES

Pour vendre en toute objectivité

DECATHLON.FR

DECATHLON Recherche par mots-clés ou par numéro de produit (SKU) :

Tous les sports | Homme, femme, enfant | Accessoires | **BIEN-ÊTRE** | Activités sportives | Conseils sport | Services et assistance | Carte cadeau et bons cadeaux | **DECATHLON PRO**

Produit (2019) > Snorkeling, Masques > Masques Easybreath > Easybreath Junior XS

O SUBEA Masque

MASQUE DE SNORKELING EN SURFACE EASYBREATH JUNIOR (6-10 ANS) / TAILLE XS (SKU: 10000000000000000000)

★★★★★ (3553)

Choisir : 10000000000000000000 / Masque junior

COMPARER LA LIGNE

25€

A AJOUTER AU PANIER

✓ Livraison offerte en magasin dès 10€

SES AVANTAGES

- FACILITÉ DE RESPIRATION**
Masque intégral pour une respiration naturelle par le nez et/ou par la bouche.
- LIMITATION DE LA BUÉE**
Concept exclusif de circulation d'air qui permet d'éviter l'apparition de buée.
- CHAMP DE VISION**
Champ de vision panoramique, effet 180°.
- FACILITÉ À METTRE / ENLEVER**
Simple système à cliquer réglable qui ne tire pas les cheveux.
- ÉTANCHÉITÉ**
Tuba avec système "dry-top-release" qui stop l'entrée d'eau par le haut du tuba.
- ÉVACUATION DE L'EAU**
Valve de purge en bas du masque pour évacuer l'eau lorsque l'on relève le tuba.
- ADAPTABILITÉ MORPHOLOGIQUE**
Taille XS avec une jupe faciale en silicone favorisant confort et étanchéité.

CHOISISSEZ LA BONNE TAILLE ET PROFITEZ PLEINEMENT DE VOTRE MASQUE EASYBREATH

< à 10 cm (1-5) XS
10 à 12 cm (6-7) S/M
> à 12 cm (+7) M/L

QUESTIONS & RÉPONSES

RECHERCHER...

Questions :

- Quelques-uns d'entre vous ont posé une question sur ce produit. Voici les réponses :
- Quelques-uns d'entre vous ont posé une question sur ce produit. Voici les réponses :
- Quelques-uns d'entre vous ont posé une question sur ce produit. Voici les réponses :
- Quelques-uns d'entre vous ont posé une question sur ce produit. Voici les réponses :
- Quelques-uns d'entre vous ont posé une question sur ce produit. Voici les réponses :

INFORMATIONS TECHNIQUES

Pourquoi un masque facial de snorkeling est-il meilleur que les autres ?

Un masque facial de snorkeling est meilleur que les autres car il permet de respirer naturellement par le nez et la bouche, ce qui évite la buée et l'entrée d'eau. De plus, il offre un champ de vision panoramique et est très confortable à porter.

Pourquoi le masque facial de snorkeling est-il meilleur que les autres ?

Un masque facial de snorkeling est meilleur que les autres car il permet de respirer naturellement par le nez et la bouche, ce qui évite la buée et l'entrée d'eau. De plus, il offre un champ de vision panoramique et est très confortable à porter.

Quelle taille choisir pour le masque facial de snorkeling ?

Le masque facial de snorkeling est disponible en trois tailles : XS (6-10 ans), S/M (11-14 ans) et M/L (15 ans et plus). Choisissez la taille qui correspond le mieux à votre enfant.

Pour informer et séduire

SUBEA.FR

SUBEA Recherche par mots-clés ou par numéro de produit (SKU) :

Produit (2019) > Snorkeling, Masques > Masques Easybreath > Easybreath Junior XS

MASQUE FACIAL DE SNORKELING EASYBREATH

EASYBREATH : COMMENT ÇA MARCHE ?

Grâce à l'Easybreath, le respirateur se fait par le nez et la bouche de manière naturelle.

ZOOM SUR L'INNOVATION EASYBREATH

L'Easybreath est le premier masque facial de snorkeling pour nez et respirer sans avoir besoin de faire des bulles.

L'EASYBREATH EN QUELQUES CHIFFRES

- 7 LITRES DE VOLUME D'AIR
- 50% D'ÉCONOMIE D'ÉNERGIE
- 30% D'ÉCONOMIE D'ÉNERGIE
- 30% D'ÉCONOMIE D'ÉNERGIE
- 3000% D'ÉCONOMIE D'ÉNERGIE
- 1% D'ÉCONOMIE D'ÉNERGIE

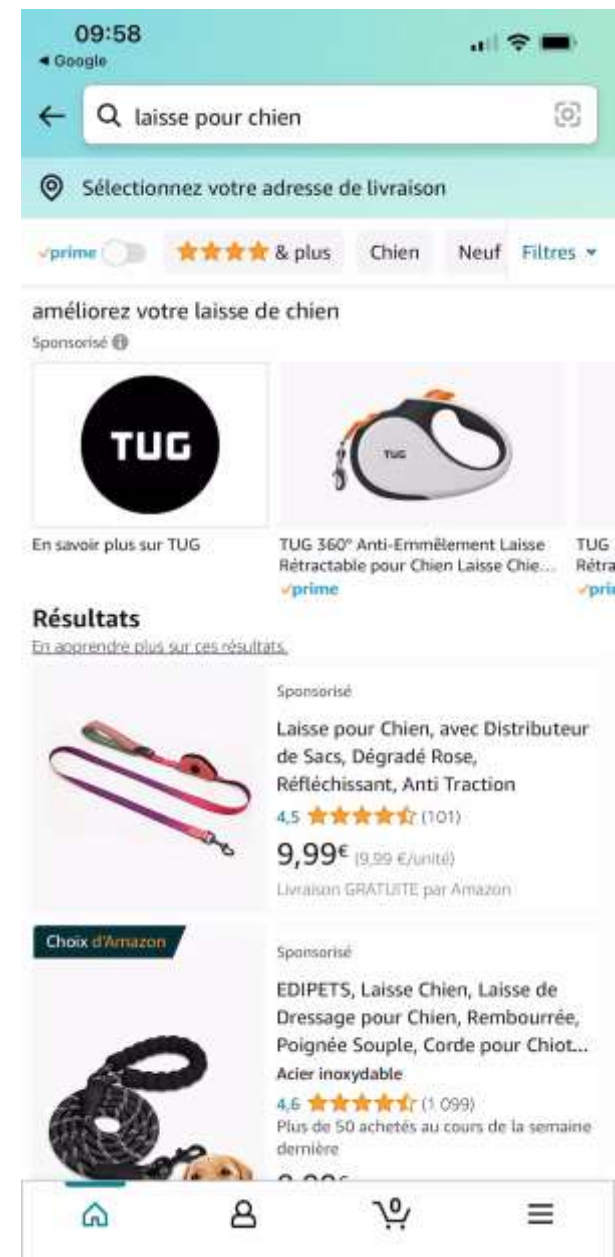
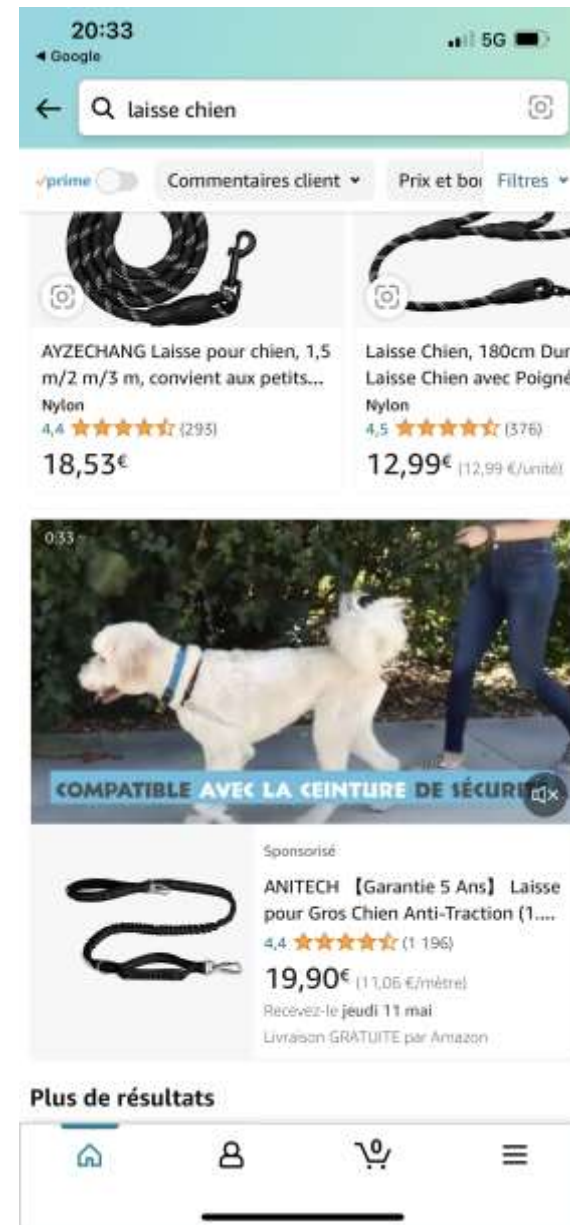
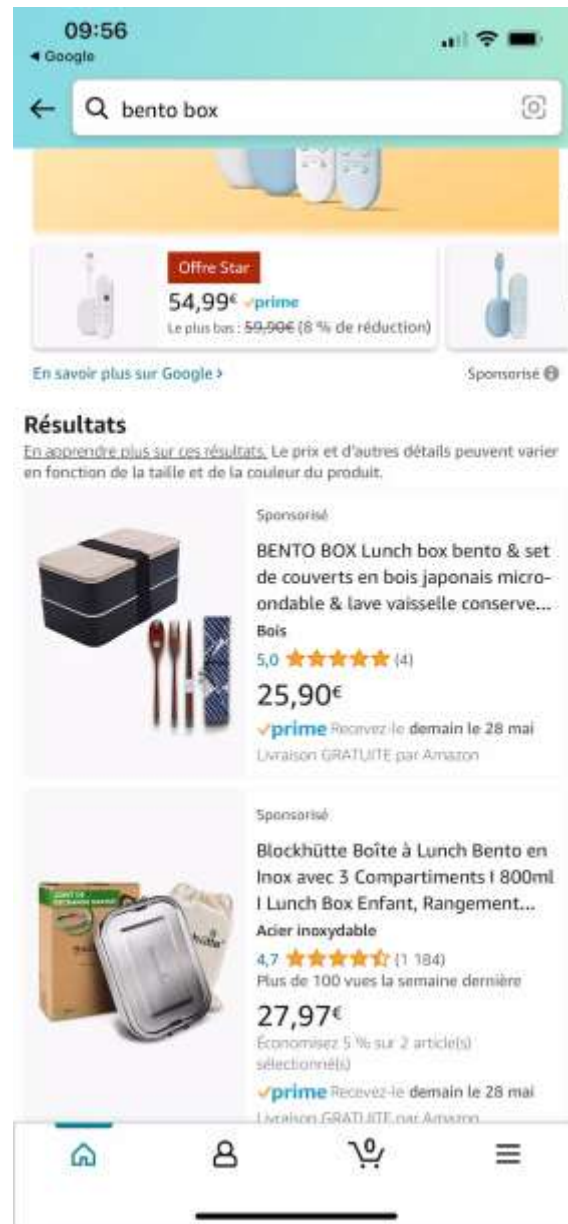
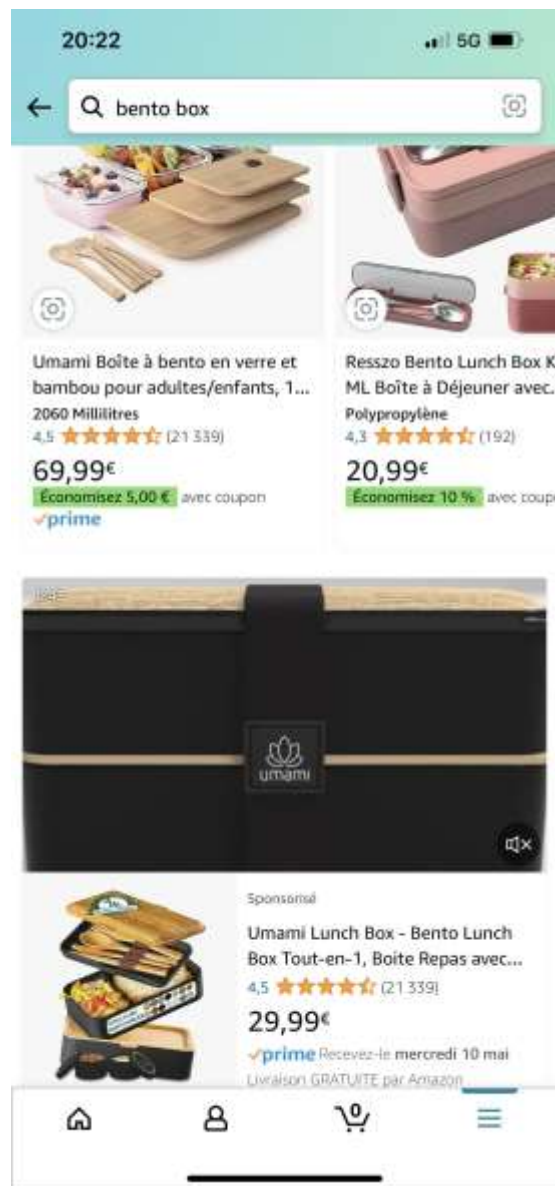
NOUVEAUTÉ 2019, ENFIN POUR LES 6-10 ANS !

Le snorkeling devient aussi très accessible pour les enfants de 6 à 10 ans.

LE PREMIER MASQUE INTÉGRAL DE SNORKELING INVENTÉ PAR SUBEA

préférez l'original

LE FORMAT VIDÉO, QUI CARTONNE SUR AMAZON



LES VIGNETTES PRÉCISENT LES FORMATS ET ÉVITENT LES ERREURS



VISUELS SUR LES PARTIES CRITIQUES ET RÉFÉRENCES TAILLE



产品名称	全自动雨伞	重 量	425g
骨架支数	10根	骨架材质	黑钢
伞类信息	3折伞	涂层伞布	高密度碰碰布
伞面大小	100cm	产品尺寸	100cm*66cm



更大有效的遮雨面积



MONTRER LES DÉTAILS CRITIQUES : AMORTISSEURS ET DÉRAILLEUR

