

BRAND CONTENT

ET

SEO ÉDITORIAL

DEUX VERSANTS DU CONTENT MARKETING



Le Brand Content parce que les gens se soucient de leurs besoins avant de s'intéresser à vos produits

Focus sur votre prise de parole. Quel est votre avantage prescripteur. Quelle est votre fenêtre d'expertise spécifique?

Recourt à des éléments narratifs: situations, personnages, conflits, résolutions. Remplit la fonction inspirationnelle.

Livre une parabole, une pensée, un message, une morale, un point de vue, une leçon.



Le SEO parce que vous n'aurez pas de trafic si vous n'utilisez pas leur langage de recherche.

Priorité aux tendances de recherche de vos cibles. Quels territoires sémantiques devez-vous investir?

Repose sur des éléments factuels : Q&R, glossaires, chiffres, référentiels. Remplit la fonction transactionnelle.

Livre une information, une direction à suivre, un point d'appui, une aide à la décision.