

Formation Rédaction Web

Objectif

Le participant comprend les principes de l'écriture de communication et les codes du Web. Il sait structurer l'information. Il définit des processus pour écrire mieux et plus vite. Il définit une ligne éditoriale pour ses supports. Il planifie leur diffusion dans un calendrier éditorial pour articuler l'ensemble de ses supports de communication : site Internet, réseaux sociaux, newsletter. Il sait s'organiser en interne. Il définit des indicateurs de mesure pour mesurer l'efficacité de ses processus.

Public

Chargés communication, Chargés Webmarketing, Chargés de projets Web, Responsables de sites Internet, Webmasters

Durée et déroulé

Déroulé et déroulés donnés à titre indicatif : chaque formation est construite sur mesure, suivant les besoins et le niveau à atteindre.

La formation est axée mise en pratique et adaptée aux besoins du participant.

Supports fournis

- Support de formation
- Modèle Calendrier éditorial

Programme de la formation « rédaction Web : rédiger pour son site Internet/blog d'entreprise »

La formation Rédaction web vous permet d'acquérir techniques et méthodes pour

- **produire même si vous pensez n'avoir rien à dire sur son activité,**
- **vaincre l'angoisse de la page blanche,**
- **écrire des textes faciles à lire et adaptés aux codes du Web et des réseaux sociaux.**

1_Écrire pour le web

- Comprendre l'écriture de communication
- Connaître les habitudes de lecture de l'internaute
- **Structurer** l'information pour **intéresser et convaincre sa cible** : rubriques de site et pages clés, sommaires de newsletters, gabarits d'articles
- Écrire pour être lu : rédiger des **articles percutants** grâce à l'écriture journalistique
- Entretenir une conversation sur les réseaux sociaux
- Écrire pour être vu : localiser les **mots clés** dans sa page (SEO)
- Se relire : privilégier concision et **efficacité**

2 _Animer régulièrement ses supports de communication : sites, blogs, newsletters, réseaux sociaux

- Clarifiez les bénéfices que vous apportez à vos clients, pour être identifié comme la réponse à leurs défis
- Définir sa ligne éditoriale suivant ses objectifs
- Mieux connaître ses publics pour façonner des messages qui les interpellent
- Définir, à l'année, un calendrier **éditorial** :
 - structurer et planifier son contenu par bénéfices clients et objectifs
 - inventorier l'existant et définir le contenu à produire en priorité
- SEO : mailler les contenus

3 _S'organiser pour une équipe éditoriale web performante

- Rédiger une charte éditoriale Web : circuit d'information, nomenclature des documents, etc.
- Définir un **plan annuel de maintenance**
- Définir des indicateurs de mesure