



## « Concevoir et piloter la communication éditoriale de son entreprise »

### Objectif

- structurer et organiser sa communication avec un dispositif cohérent : site Internet, réseaux sociaux, newsletter, etc.
- construire sa ligne éditoriale et planifier la diffusion de ses contenus dans un calendrier
- mieux connaître ses publics pour leur adresser des messages efficaces.
- définir des processus pour écrire mieux et plus vite.

### Pédagogie

Opérationnelles, les formations combinent retours d'expériences, points d'expertises et échanges dynamiques.

Elles sont scindées par ateliers pratiques et des mises en situation. Différents outils sont donnés aux stagiaires :

- Supports de formation et mise en pratique
- Calendrier éditorial

Chaque participant repart avec une feuille de route personnelle.

### Modalités d'évaluation

Pendant la formation, les cas pratiques permettent aux stagiaires de s'auto-évaluer. Chaque fin de journée, une évaluation à chaud est faite pour valider le fait que la formation corresponde bien aux besoins.

Après la formation, un questionnaire de satisfaction est envoyé.

### Pour qui ?

- responsables de communication/webmarketing,
- dirigeants d'entreprises,
- assistantes de direction,
- responsables projets Web

### Durée

Chaque formation est construite sur mesure, suivant les besoins et le niveau à atteindre.

### Moyens permettant de suivre l'exécution de l'action et d'en apprécier les résultats

Les cas pratiques permettent au stagiaire d'expérimenter la méthodologie proposée et de se l'approprier.

Le participant a la possibilité de contacter Cyclop Éditorial pour suivi après la formation.

### Financement

Cyclop Éditorial est enregistrée comme organisme de formation, certifiée Datadock et reconnue pour une prise en charge par votre OPCA.

Vous pouvez donc demander la prise en charge de nos formations.

## Exemple de contenus de la formation

### "Concevoir et piloter la communication éditoriale de son entreprise"

Cette formation vous permet d'acquérir techniques et méthodes pour

- Construire votre communication et votre ligne éditoriale
- Mieux connaître vos publics pour susciter leur intérêt
- Construire un plan de communication
- Traduite la complexité de vos savoir faire en messages accrocheurs

#### Atelier 1 : votre positionnement

Au cours de cet atelier, nous travaillons sur votre identité et votre singularité.

L'objectif : caractériser vos objectifs de communication.

- Cas pratique : définir votre territoire de contenus et votre proposition de valeur
- Production : vos objectifs et grands messages de communication

#### Atelier 2 : vos publics

Au cours de cet atelier, nous étudions les différents publics de votre structure.

L'objectif : comprendre leurs besoins en information et leurs centres d'intérêt

- Cas pratique : dresser le profil de vos publics pour analyser leurs attentes
- Production : étude des publics et liste des actions à réaliser

#### Atelier 3 : votre ligne éditoriale

Au cours de cet atelier, nous créons votre ligne éditoriale et déterminons quels supports de communication investir.

L'objectif : bénéficier d'une communication homogène tous supports.

- Cas pratique et production : production d'un guide éditorial par supports - contenu, publics, objectif, gabarits, fréquence de mise à jour, etc.-

## Atelier 4 : rédiger pour le web et évaluer son contenu existant

Au cours de cet atelier, nous analysons les textes de votre site internet, vos articles, vos newsletters. Le participant rédige également des articles.

- Cas pratique : analyser vos textes existants, passer du papier au web
- Production : écriture d'articles et contenus divers

L'objectif : améliorer les contenus en termes de structuration, de ciblage et formulation & acquérir les principes d'écriture web.

## Atelier 5 : décliner un texte pour les réseaux sociaux

Au cours de cet atelier, nous apprenons les bonnes pratiques d'écriture réseaux sociaux.

- Cas pratique : décliner un article en posts pour les réseaux sociaux
- Production : posts

Objectif : intégrer les médias sociaux Twitter et LinkedIn à votre communication éditoriale.

## Atelier 6 : organiser sa gouvernance éditoriale

Au cours de cet atelier, nous structurons une organisation efficace et adaptée.

- Cas pratique : créer un planning éditorial
- Production : guide de communication, circuit d'information interne

**Vous souhaitez une formation sur mesure ?**



**Contactez  
Ferréole Lespinasse  
06 98 84 65 45**

*Pour aller plus loin, découvrez l'ouvrage  
La puissance de l'éditorial : boostez votre business !*

