



## « Rédiger pour le web »

### Objectif

- maîtriser les principes de l'écriture de communication et les codes du Web
- définir des processus pour écrire mieux et plus vite.
- définir une ligne éditoriale multi-supports et planifier leur diffusion dans un calendrier
- définir des indicateurs de mesure pour mesurer l'efficacité de ses actions.

### 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

### 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 correspond bien aux besoins.

Après la formation, un questionnaire de satisfaction est envoyé.

### Pour qui ?

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

### Pré-requis

Les participants sont invités à soumettre au moins une production : site Internet, newsletter, article à analyser durant la formation.

### 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.

Cyclop Éditorial est 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 programme de la formation « rédiger pour le web »

Cette formation vous permet d'acquérir techniques et méthodes pour

- Construire votre ligne éditoriale
- Écrire des textes faciles à lire et adaptés aux codes du Web et des réseaux sociaux.
- Produire même si vous pensez n'avoir rien à dire sur son activité

### 1\_Écrire pour le web

- **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
- Écrire pour l'utilisateur : comprendre l'**UX Writing**
- Écrire pour être vu : localiser les **mots clés** dans sa page (SEO)
- Se relire : privilégier concision et **efficacité**

En pratique : rédaction d'articles, de newsletters, etc.

### 2 \_Penser sa stratégie de contenus

- **Définir sa stratégie de communication** : territoire de contenus, objectifs de communication, valeurs
  - **Mieux connaître ses publics**
  - **Construire sa ligne éditoriale : objectifs et cibles, gabarits de contenu**
- En pratique : dresser le profil de ses publics pour mieux comprendre leurs centres d'intérêts, définir un calendrier **éditorial**

### 3 \_S'organiser pour une équipe éditoriale web performante

- Rédiger une charte éditoriale Web : circuit d'information, organisation interne, nomenclature des documents, etc.
- En pratique : définir un guide de communication comprenant **plan annuel de maintenance** et indicateurs de mesure

### Durée

Chaque formation est construite sur mesure, suivant les besoins et le niveau à atteindre. La durée est d'au moins 2 jours qui peuvent se dérouler en demi-journée.

**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 !*

