

Ecrire pour le web

Le comportement d'un lecteur sur un support web est différent de celui d'un lecteur sur support papier. Le temps de concentration, la disponibilité, le ton utilisé doivent être adaptés aux « codes » du digital. Les mots utilisés, s'ils sont bien choisis, vont servir au bon référencement de votre publication sur les moteurs de recherche.

public concerné

Créateurs d'entreprise, responsables communication et marketing, agences de communication

Durée : 2 demies journées de 3h30 - 70% théorie / 30% pratique

Devenez expert en rédaction de contenu web en maîtrisant ces leviers de visibilité !

Lieu de la formation

A définir ensemble
Formation accessible en intra si vous le souhaitez.

Objectif : Être capable de rédiger un contenu rédactionnel adapté aux contraintes du web et répondant à un objectif d'optimisation de référencement.

Pré-requis : Être utilisateur d'Internet

Programme de la formation

1. Comprendre les enjeux de la rédaction web

- Connaître les bénéfices d'un contenu performant
- S'adapter aux comportements des internautes
- Compétences indispensables à un rédacteur web
- Focus sur le Brand Journalism
- Cibler les bons canaux de communication

2. La rédaction web au service de votre visibilité Internet

- La structuration du texte et son impact
- Le rôle des liens hypertextes
- Les règles de rédaction à respecter
- Préparation du champ sémantique et choix des mots clés
- Rédiger un contenu en faveur de l'internaute
- La rédaction sociale : comment inciter, engager et faire adhérer

3. Outils et méthodes pour aider à la rédaction web

- Comment définir sa stratégie éditoriale
- Savoir identifier la cible et le ton à adopter
- Appréhender les outils de veille et d'alerte, sources d'informations
- Gérer la relation client
- Connaître les outils du journaliste web
- Focus sur les accessoires pour gagner du temps
- Méthodes pour planifier et synchroniser ses publications

4. Mesure et analyse de l'impact des contenus

- Evaluer la rédaction à l'aide des indicateurs de performance clés
- E-réputation et notoriété
- Lien avec la stratégie de communication globale de l'entreprise
- Suivi des objectifs de visibilité