



Web & digital

W7 – Ecrire pour le web

Le web oblige à repenser son écriture, à structurer ses messages, à apprendre à converser avec ses cibles... pour être visible sur Google. Découvrez toutes les techniques d'écriture web pour susciter l'intérêt de l'internaute, tout en boostant votre référencement.

Méthode interactive

Théorie et cas pratiques

1 Jour ou 7 H

INTER: le groupe 690 € HT (1 à 4 pers.)

INTRA: 450 € HT / pers. (maxi 4 pers.)

Objectifs

- Acquérir les bonnes pratiques de l'écriture web et utiliser les forces du digital
- Comprendre le référencement naturel et écrire Google friendly
- Construire une charte éditoriale, véhiculant les valeurs de l'entreprise
- Ecrire pour les web supports : site, blog, réseaux sociaux, e-commerce

A la fin de la formation, le stagiaire saura construire une charte éditorial web en accord avec la cible visée et l'image de l'entreprise, il sera utiliser toutes les techniques d'écriture web pour retenir l'internaute et favoriser le référencement du site.

Itinéraire pédagogique :

Session 1 : 0,5 J

• Découverte des spécificités du web

Qu'est-ce qu'un contenu sur le web / Stratégie de contenu / Modélisation de contenu / La lecture à l'écran / Adapter sa présentation

• Techniques de web-écriture

Règles des 4 C de l'écriture web / Court, long, calibrage / Pyramide inversée / 5W + 2H / Hiérarchisation de l'information (titre-chapo-contenu) / Découpage par unité d'information et modélisation de contenu / Utiliser à bon escient l'hypertexte et l'écriture interactive / Bonnes pratiques et erreurs à éviter

• Référencement et écriture Google Friendly

Choisir et hiérarchiser ses mots clés / Ecrire son texte google friendly / Organisation et hiérarchisation de l'information / Contrôler son texte

Session 2 : 0,5 J

• Atelier d'écriture et de réécriture

Article de blog / Facebook / Check list de contrôle.

• Stratégie éditoriale

Transposer l'ADN de l'entreprise / Choisir ses supports et son ton / Construire le calendrier éditorial

• Ecrire pour les réseaux sociaux

Règles d'écriture et calibrage selon les réseaux sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn. / Utilisation des @ ou # / Savoir répondre à des commentaires négatifs

Pour qui ?

Dirigeant, poste commercial, poste communication.

Prérequis

Etre à l'aise avec internet
Savoir rédiger en langue française

Lieu & horaires

Sur site client ou en salle extérieure.
9h-12h et 13h-17h

Organisation pédagogique : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu

Moyens Pédagogiques :

Tutoriel remis en fin de formation

Moyens Techniques :

Salle avec wi-fi et video-projecteur
Apporter son PC portable ou sa tablette.

Encadrement : Formatrice titulaire d'une Maîtrise ou d'un Master en marketing

Suivi d'exécution

Feuille de présence signée par demi-journée

Résultats

En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.