



M.3 – Ecriture web : écrire pour être lu et pour être vu

Rédiger pour le web, c'est répondre à un double objectif : écrire pour être lu par l'internaute, et pour être vu par les moteurs de recherche. Avec cette formation, il s'agit d'acquérir les techniques de l'écriture journalistique, de les adapter pour l'entreprise et ses supports (blog, les newsletters). Aller à l'essentiel, avec des textes synthétiques et percutants.... SEO friendly.

Objectifs

- Connaître les règles de base de l'écriture journalistique
- Ecrire en s'adaptant aux différents supports et en respectant un objectif de référencement
- Rédiger la titraille
- Varier les traitements éditoriaux

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Les règles de bases** : Pour qui écrivons-nous ? Quelles sont les attentes des lecteurs ? Comment lisons-nous ? Les différents niveaux de lecture. La lecture à l'écran. Varier les angles et s'adapter à son lectorat. *Décryptage d'article, travail sur l'angle*
- **Adapter l'écriture à ses supports** : Définir son message essentiel (5 "W" et 2 "H"). Aller à l'essentiel : la brève, le post. Les différents types de plans d'un article. Visualiser et préparer le synopsis. Ecrire efficace : raccourcir les phrases, sortir les chiffres, donner des clés de compréhension, préciser le contexte. Ecrire pour le media sociaux. *Condenser un article en une brève d'actualité. Exercice d'écriture d'un article institutionnel.*
- **Les éléments d'un article de blog** : titre, chapô, légende, intertitre, accroche, chute, légende. Soigner le début et la fin de son texte. Le rôle des illustrations et le rich media. Les différents traitements éditoriaux (article, interview, reportage, dossier, enquête). Les erreurs à ne pas faire. Rappel de la législation *Rédaction d'une accroche, une chute pour une brève, un interview.*
- **Ecriture web** : Particularités web et dynamique rédactionnelle. « L'emotional writing » : règles de proximité émotionnelle, le pouvoir des mots. Bonnes pratiques de référencement naturel. Liens hypertextes. *Ecrire un article de blog + un post.*

 2 formules

 14h

- **#atelierpartagé** > 14h (4 x 3,5h) plusieurs entreprises | 780 € par pers. 3 pers. minimum
- **#you&me** > 14 h – centré sur vous | 1 580 € HT pour 1 à 4 pers.

 Public

Toute personne animant un site internet. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.

 Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet et le marketing
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.