

SAVOIR REDIGER POUR LE WEB

OBJECTIFS

Maîtriser le fonctionnement de l'écriture web

- Organiser l'information sur son site web
- Exploiter la richesse de l'écriture hypertexte
- Cerner l'univers multi écrans

PROGRAMME

- Présentation des stagiaires, de leur présence en ligne et de leurs attentes
- Notions de base des théories de la communication
 - Les différents types de communication (approches théoriques)
 - Etat des lieux de la communication existante
 - Le cadre légal (Images, textes : les droits d'auteurs)
 - Bonnes et mauvaises pratiques
- Les cinq piliers de sa stratégie web
 - L'ère du Web 2 : les sites, les blogs, les réseaux sociaux, les plateformes de partage et les « réseaux hybrides
- S'initier au Web éditorial : comprendre les spécificités du Web et produire des contenus web
 - L'analyse des habitudes de lecture sur Internet
 - Les bases pour l'écriture en ligne
 - Ecrire pour vos lecteurs
 - Optimiser vos contenus
 - Le plan rédactionnel et d'autres aspects organisationnels
 - Le référencement naturel
 - Voix, tonalité et style
 - « Customer care » et crédibilité / les six principes de la vente de Cialdini
 - Structure du site et blog
 - « Landing pages » sur différentes plateformes et sites
- Enrichir les contenus en ligne
 - Structurer des contenus complexes
 - Instagram, InstaWeather, InstaFood et Pinterest : quid de ces plateformes de partages
 - Les photos, images et vidéos : l'organisation, le traitement et les formats
 - Ajouter des contenus provenant d'autres plateformes : Flickr, SlideShare, Calaméo, YouTube...
- Le référencement naturel
 - Comment fonctionnent les moteurs de recherche ?
 - Quelle approche pour satisfaire Google et cie ?
 - La « table des matières du référencement » : « off site » et « on site »
 - Les liens hypertextes et densité des liens
- Organiser sa stratégie : Mettre en place un plan éditorial (opportunités, fréquences, créativité...)
 - Les liens entre les différents comptes des réseaux et médias sociaux

PRÉ-REQUIS / CONDITIONS DE REUSITE

- S'impliquer lors de la formation
- Etre en mesure de mettre en pratique les techniques présentées lors de la formation

INTERVENANT

- La formation est assurée par une consultante spécialisée en stratégies Web 2.0 notamment dans le secteur du tourisme

MODALITES D'EVALUATION

- Evaluation par le formateur : mise en situation et reformulation (Attestation de formation individualisée)
- Évaluation par le stagiaire : questionnaire d'évaluation
- Evaluation par le dirigeant : entretien post-formation

MODALITÉS PEDAGOGIQUES*

- Durée : 14 heures sur 2 jours
- Outils et techniques pédagogiques :
 - Echanges/discussions
 - Mises en situation
 - Diaporama
 - Remise de documentation

* Le contenu et l'organisation de la formation seront adaptés à la demande et aux spécificités du client.