

WEB - RÉDACTION ET COMMUNICATION POUR LE WEB

DURÉE

15 heures

LIEU

IHECS
58-60 rue de l'Etuve
1000 Brussels

INSCRIPTION

www.ihecs-academy.be

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

info@ihecs-academy.be
+32 2 274 28 10

La formation a pour objectifs de comprendre les comportements de l'internaute et les requis pour écrire des contenus Web conviviaux, trouvables, utiles et pertinents.

CONTEXTE

Toute personne amenée à concevoir et/ou améliorer un site web doit se poser la question du contenu et comprendre les particularités de la communication web tout en pouvant adapter son écriture au format pour séduire/intéresser/provoquer l'adhésion puis impliquer (via l'engagement) leurs clients/prospects/internautes.

OBJECTIFS

A la suite de ce module de formation, les participants seront capables d'adapter le contenu et le style d'écriture aux exigences du Web et aux attentes de la cible. Ils pourront comprendre les enjeux de certaines règles d'écriture pour le référencement et définir puis implémenter leur stratégie de contenu pour séduire/intéresser/provoquer l'adhésion puis impliquer (via l'engagement) leurs clients/prospects/internautes.

- Développer une vision claire et précise des enjeux de la communication web à travers un site Internet.
- Construire une stratégie de communication web cohérente.
- Connaissances théoriques; « Rédaction marketing », adaptée à la cible et au support.
- Comprendre les particularités de la communication web
- Adapter son écriture pour le WEB, développer un style d'écriture WEB; planifier ses publications, engager la conversation, convertir ses internautes
- Pouvoir se positionner (spécialiste/expert, community manager, porte-parole, etc.) et ensuite choisir/utiliser les médias sociaux adaptés à ses objectifs
- Connaître les règles fondamentales pour rédiger des contenus efficaces, des tweets, statuts, posts et maintenir l'intérêt pour un site
- Trouver, créer, s'inspirer pour produire des contenus intéressants et engageants
- Promouvoir ses contenus
- Organiser l'information sur un site

CONTENU

1, DU MARKETING AU WEB MARKETING, DU WEB MARKETING AU CONTENT MARKETING

Evolution de la manière de s'adresser à un public cible suivant les époques et les types de média

Du Outbound Marketing au Inbound Marketing

Du B2B et B2C au C2C

Marketing et stratégie de contenu :

- Objectifs
- Stratégie de contenu
- Planification
- Rédaction « marketing », adaptée à la cible et au support Marketing digital pour TPE/PME : exemples & exercices

WEB - RÉDACTION ET COMMUNICATION POUR LE WEB

DURÉE

15 heures

LIEU

IHECS
58-60 rue de l'Etuve
1000 Brussels

INSCRIPTION

www.ihecs-academy.be

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

info@ihecs-academy.be

+32 2 274 28 10

2, QUELS MEDIAS SOCIAUX ?

Quels médias sociaux choisir en 2014 en fonction des objectifs suivants : le référencement, la notoriété, la communication client et la génération de trafic ?

Qui êtes-vous sur les réseaux ?

Notions de Personal branding et de E-réputation comme bases de référence (pour les moteurs de recherche, pour vous-même et ... pour vos lecteurs)

Exploration des réseaux : spécificités Facebook, LinkedIn, Twitter, Google+, Youtube et quelques autres

3, TECHNIQUE : ECRIRE POUR LE WEB

Apprendre à écrire... pour le web, pour tous les supports (du PC au Smartphone)

Un contenu web « de qualité », qu'est-ce que c'est ? - Initiation au référencement naturel (+SEO)

Trucs & astuces pour mieux rédiger et pour mieux diffuser ses contenus - Apprendre à écrire... pour ses lecteurs

Cibler : Connaître son/ses public(s) cible(s); Comment lit l'internaute, quelles sont ses attentes? Se connaître

Angler : Un objectif par page. Les bons mots-clés / expressions-clés.

Structurer l'écriture pour optimiser le référencement (usage efficace de l'hypertexte, hashtags & autres notions d'ergonomie. Créer, sélectionner, découper, hiérarchiser et positionner l'information de manière optimale

Rédiger : Quelle est la longueur idéale des contenus sur le web ? Sortez votre règle digitale et optimisez la longueur de vos contenus (réseaux sociaux, blogs, etc) : Titres, Chapeaux, Introduction, Textes, Mots-clés, Cas particuliers, Testing

Illustrer : Pourquoi ?

L'utilité des images, photos et vidéos

Outils pour enrichir ses contenus : Vidéos, Audios, Images, Présentations, Cartes, Lignes du temps, Infographies

Storytelling : les fondamentaux (exemples et exercices)

Chat, Sondages / Concours, Evènements

User Generated Content : qui, que, quoi, comment, quand

Call To Action : engager ses lecteurs et les faire participer

4, STRATÉGIE DE CONTENU (BRAND CONTENT)

Comment définir une stratégie de contenu pour séduire/intéresser/provoquer l'adhésion puis impliquer (via l'engagement) les clients/prospects/internautes

WEB - RÉDACTION ET COMMUNICATION POUR LE WEB

DURÉE

15 heures

LIEU

IHECS

58-60 rue de l'Etuve

1000 Brussels

INSCRIPTION

www.ihecs-academy.be

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

info@ihecs-academy.be

+32 2 274 28 10

5, PLANNIFICATION DU CONTENU

- Confier la gestion du contenu à agence extérieure, tout faire en interne ou déléguer ?
- Comment prévoir son calendrier éditorial
- Workshop Brand content adapté à chacun

Exercice : Planifier ses publications en pratique : calendrier éditorial et occasions de conversation. Adaptation pour différents réseaux : Facebook, LinkedIn, Twitter, Google+, Youtube et quelques autres

6, TECHNIQUE COPYWRITING

Les bases pour rédiger des tweets, des statuts, des posts efficaces, des e-mails percutants pour son entreprise

Styles d'écriture, ponctuation, syntaxe, orthographe : les fautes à ne pas/plus commettre

7, CURATION

Comment veiller, puis sélectionner, ensuite adapter et enfin partager du contenu pris sur le Net (lorsqu'on n'a pas le temps d'écrire soi-même) ?

8, WORKSHOP BRAND CONTENT ADAPTÉ À CHACUN

Création d'un outil de curation intéressant pour relayer/fournir du contenu sans devoir le produire

9, PROMOUVOIR SES CONTENUS - COMMUNITY MANAGEMENT

Dialoguer, engager (CTA), converser, gérer des commentaires et critiques, mesurer (quelques outils) pour progresser

METHODOLOGIE

La formation est conçue de façon à combiner un apport théorique et illustré avec des exercices pratiques d'écriture répartis de la manière suivante : environ 45 % de cours magistral, 25 % d'exercices, 30 % de questions/réponses et conversation.

PUBLIC CIBLE

Responsables de sites Internet, web managers, cadres marketing ou communication en charge du pilotage d'un site web, responsables éditoriaux, chefs de projet, infographistes, responsables multimédia, chargés de communication, toute personne amenée à concevoir et à améliorer un site web.

Idéalement chaque participant(e) vient avec son portable et suit la formation tout en étant connecté(e) au Wi-Fi d'IHECS Academy.