



CONCEVOIR ET REDIGER DES CONTENUS POUR LE WEB ET LES RESEAUX SOCIAUX

Aujourd’hui, rares sont les entreprises qui ne possèdent pas un site internet ou des pages sur les principaux réseaux sociaux. Mais ces outils nécessitent de générer des contenus attractifs pour leurs lecteurs. Vous-même, vous rencontrez des difficultés à trouver des sujets intéressants, ainsi que pour écrire les articles pour votre site Web ou votre page Facebook.

Public concerné

Dirigeants ou collaborateurs en charge de la communication.

Dates

Les 12 et 13 novembre 2013

Objectifs de la formation

- vous identifiez clairement les rouages du Web 2.0 ;
- vous êtes capable d’identifier des sujets intéressants et attractifs pour vos lecteurs ;
- vous écrivez des articles en respectant les règles professionnelles.

Le programme

> Echange d’expériences sur les difficultés rencontrées sur l’écriture et l’élaboration de contenus

> L’outil Web aujourd’hui

- Comprendre le nouveau paysage médiatique du Web 2.0 : d’une communication verticale à une communication horizontale.
- Les atouts d’Internet pour une entreprise : image, notoriété, entretien de réseaux, communication de crise.
- Les habitudes de navigation des internautes, la recherche d’une consommation de multimédia.
- Différences entre site Internet, blog, réseaux sociaux : les différences de contenu pour ces outils.

> Un contenu adapté aux exigences du web et aux objectifs de communication de l’entreprise

- Se déterminer des objectifs de communication pour l’outil Internet et concevoir des thématiques qui vont être attractives pour le lecteur.
- Comprendre les contraintes et les caractéristiques de la lecture sur écran.
- Concevoir un contenu qui va valoriser le multimédia et l’exploitation des ressources existantes.
- Adapter son contenu pour son public cible : la loi de proximité sur le web et réseaux sociaux.

> Comment écrire pour être lu sur le web et réseaux sociaux

- Déterminer les habitudes de lecture de son public cible : étude de cas concrets.
- Provoquer la décision de lecture : détermination des points qui incitent le lecteur à lire le texte.
- Conserver son lecteur après la prise de décision de lecture : hiérarchisation des textes (la titraille, les entrées de lecture, l’iconographie) - lisibilité textuelle, lisibilité phrasique.

> Rendre efficace son message

- Générer du référencement par l’utilisation des mots clefs.
- Faire que le message lu soit accepté par le lecteur.
- Crédibilisation du discours. Donner de l’impact à son message.
- Utiliser le genre journalistique : la brève, l’Interview, le reportage.

> Atelier d’écriture

Chaque participant déterminera un sujet, un public cible proche de son milieu d’activité. A partir de ces éléments il rédigera un texte pour son support de communication. Une relecture sera ensuite effectuée pour déterminer les points d’amélioration.



> Assistance pédagogique pendant 3 mois après la formation : tout participant à la formation peut solliciter le formateur par mail sur une question liée au sujet abordé pendant le stage.

> Le repas du midi et le parking vous sont offerts.



> Formateur : Olivier Destefanis, expert en communication, ancien rédacteur en chef multimédia, a formé de nombreux rédacteurs institutionnels sur la technique de rédaction.

> Prix de la formation : 520 € (prix net)