PROGRAMME DE FORMATION

Content marketing

DURÉE : 1 jours I 7 heures

MODALITÉ D'ORGANISATION : Mixte

Informations

PUBLIC VISÉ

Professionnels du marketing et de la communication, chefs de projet digital, entrepreneurs et indépendants souhaitant développer leur visibilité en ligne.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Connaître les spécificités de l'écriture pour le Web; Améliorer son référencement naturel.
Définir une charte éditoriale et des principes de rédaction pour un site Web ou les media sociaux.
Rédiger de nouveaux contenus et optimiser ses écrits existants en fonction des objectifs de communication digitale.

PRÉREQUIS

Pratique courante de l'outil informatique et d'internet, aisance rédactionnelle.

ACCESSIBILITÉ

Si vous êtes en situation de handicap, merci de nous contacter afin que nous puissions vous accompagner et vous orienter au mieux dans votre demande et vos démarches.

Modalités pédagogiques

MODALITÉS

Formation dispensée en présentiel ou à distance (sur demande) par un formateur expert en rédaction web : apports théoriques, exercices de mise en situation professionnelle.

Programme, supports et fiches pratiques remis aux stagiaires.

Supports pédagogiques utilisés : vidéos, documents PDF, PowerPoint et quiz.

MOYENS ET SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Formation dispensée en présentiel ou à distance (sur demande) par un formateur expert en rédaction web : apports théoriques, exercices de mise en situation professionnelle.

MODALITÉS D'ÉVALUATION ET DE SUIVI

Avant la formation : audit des besoins et du niveau

En cours de formation : Évaluation en continu de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur lors de mises en situation et cas pratiques.

À la fin de la formation : évaluation de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur, évaluation des acquis : Quiz/QCM de fin de module.

Formation qualifiante : certificat de réalisation en fin de formation

Contenu pédagogique

01 - Introduction et tour de table

- Présentation des étapes et thématiques abordées : sommaire du module/parcours de formation.
- Validation des objectifs avec chaque apprenant.
- Tour de table guidé : échanges et positionnement des acquis et des besoins de chacun.

02 - Objectifs

- Définitions et objectifs liés au marketing numérique : marketing de contenu.
- Des réseaux sociaux.
- Mobile.
- D'affiliation.
- Rédiger des e-mails adaptés aux objectifs de communication.
- Des moteurs de recherche (SEM).

03 - L'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO)

- L'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO).
- Le display advertising.
- L'analyse d'audience.
- Avantages et limites du marketing numérique.
- Écrire pour communiquer, communication produit, BtoB, institutionnelle, de crise…
- Tenir compte des spécificités du média Web : écrire pour être lu, proposer un contenu à valeur ajoutée.
- Écrire pour être vu, le référencement.
- Obligations légales et réglementaires.

04 - Organiser l'information et le contenu

- Connaître et comprendre le lecteur : la lecture en « F », la lecture zapping…
- Définir une stratégie éditoriale, objectifs, angles, arborescence…
- Fidéliser son lectorat.
- Travailler l'ergonomie : homepage, niveaux de navigation, raccourcis, liens…
- Être lisible, clarté, efficacité, accessibilité, convivialité…
- Les règles de la rédaction web et adapter et enrichir le contenu texte, Informer.
- La règle des 5W, les différents types de plans…
- Adapter son style au web, syntaxe, vocabulaire, longueur des textes…
- Trouver l'information pour alimenter son site.
- RSS, agrégateurs et syndication…

- Se conformer à la législation du Web, droit et jurisprudence de l'écriture Web.
- Le Rich Media : enrichir son texte avec des visuels, des vidéos, du son.
- Utiliser des liens, liens internes, liens externes.
- Scénariser son contenu, découpage et progression.
- Rendre attractifs les titres, sous-titres, intertitres : connaître et appliquer les règles typographiques liées au Web.
- Vérifier la ponctuation.
- Améliorer son référencement : utiliser un générateur de mots clés.
- Optimiser sa visibilité côté technique, code et balises HTML.

05 - **Valider les acquis et clôturer la formation**

- Bilan et évaluation finale de la formation.
- Enquête de satisfaction à chaud.

Modalités d'évaluation

Avant la formation : audit des besoins et du niveau

En cours de formation : Évaluation en continu de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur lors de mises en situation et cas pratiques.

À la fin de la formation : évaluation de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur, évaluation des acquis : Quiz/QCM de fin de module.

Formation qualifiante : certificat de réalisation en fin de formation