

Stratégie de contenu web

Développer l'audience et apporter de la valeur à son site web grâce à ses contenus

Modalité : Sur-mesure
Niveau : Tout niveau

Présentation

Comment réussir sur le web grâce à des contenus utiles, visibles et percutants ? Comment créer une identité cohérente au fil des messages et des informations ? Comment souder votre équipe autour d'un projet éditorial enthousiasmant et réaliste ? Apprenez à maîtriser les étapes de conception d'un contenu éditorial web efficace, de la stratégie à la mise en œuvre, en passant par le référencement naturel, la ligne éditoriale et le planning d'animation. La formation est émaillée de nombreux exemples et d'exercices pratiques.

Objectifs

- Intégrer les piliers de la stratégie de contenu web
- Augmenter son audience avec le SEO et la stratégie de diffusion
- Evaluer les forces et les faiblesses de la stratégie actuelle
- Savoir organiser et animer du contenu web
- Pérenniser une stratégie de contenu web efficace en lien avec une plateforme de marque

Compétences acquises

- Maîtrise des piliers d'une bonne stratégie de contenu
- Compréhension des bases de l'écriture et des formats visuels
- Maîtrise du déploiement d'une ligne éditoriale à partir d'une plateforme de marque
- Être capable d'adapter une charte éditoriale à ses besoins
- Connaissance des outils et process pour installer une gouvernance éditoriale efficace

Pré-requis & Profil des participants

Pour suivre cette formation, avoir une connaissance de la stratégie de communication de la

structure, de ses objectifs et de son positionnement est utile.

Elle s'adresse aux professionnels du web ou de la communication souhaitant apporter de la valeur à leur site web grâce à un contenu éditorial de qualité.

Télécharger en pdf

Programme

MODULE 1 : Construire sa stratégie de contenu web (3h30)

1. Pourquoi mettre en place une stratégie de contenu web

- Rôle de la stratégie de contenu dans une stratégie web globale
- Le modèle Paid Owned Earned Media (POEM) : comment en tirer parti
- Les besoins en information des internautes et la notion d'utilité du contenu
- Le cycle de vie du contenu web

2. Poser les piliers de sa stratégie de contenu web

- Fixer ses objectifs et définir des indicateurs : business, notoriété-audience, image...
- Définir ses cibles et les meilleurs moyens de les toucher (approche des personae)
- Evaluer l'offre de contenu existante
- Trouver les sujets et thématiques les plus porteurs (première approche de ligne rédactionnelle)
- Exercice pratique : poser les piliers de sa stratégie de contenu

MODULE 2 : Ligne éditoriale et visibilité (3h30)

1. Projet éditorial, Ligne éditoriale

- Qu'est-ce qu'une ligne éditoriale sur le web ?
- Le pouvoir de l'image (photo, illustrations, vidéo...)
- Les formats éditoriaux les plus porteurs : quelques exemples
- Exercice pratique : imaginer le déploiement de la ligne éditoriale sur une thématique

2. Comment développer l'audience

- Le SEO : principes de bases et bonnes pratiques pour faire venir les internautes à soi
- Les stratégies de diffusion : newsletters, réseaux sociaux...

MODULE 3 : Définir sa stratégie rédactionnelle (3h30)

1. Un document structurant : la charte rédactionnelle

- Les éléments qui composent la charte rédactionnelle : thématiques, ton, formats

- Exemples de chartes rédactionnelles
- Quelle forme donner à la charte rédactionnelle et comment la communiquer aux différents intervenants
- Exercice pratique : établir les grands chapitres et les principes de sa charte rédactionnelle

MODULE 4 : Mettre en œuvre sa stratégie rédactionnelle (3h30)

1. Organisation et animation du contenu

- Délivrer le bon contenu au bon moment
- La question de l'angle
- L'apport des statiques et comment l'intégrer dans les choix de sujets
- La logique multi-diffusion et l'adaptation des contenus aux différents réseaux

2. Gouvernance et chaîne de publication éditoriale

- La planification des contenus : le calendrier éditorial
- La commande des contenus
- Le cas d'un événement : avant-pendant-après
- Le travail d'équipe et les workflows
- Jeu de rôle : une conférence de rédaction