

Formation : Concevoir et mettre en œuvre sa stratégie éditoriale digitale

Identifier les leviers gagnants pour gagner en performance

📄 Réf
11124

🕒 2 jours - 14 heures | 📄 cette formation est disponible en session individuelle ou intra-entreprise uniquement

DIGITAL LEARNING



OBJECTIFS

- Construire et piloter son projet éditorial digital
- Définir sa stratégie d'enrichissement web en fonction des objectifs de son site
- Intégrer le référencement naturel à sa stratégie éditoriale

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Analyse de cas en BtoC de différentes stratégies de contenus
- Training (cas pratiques, mises en situation, analyses de bonnes pratiques)

PRÉ-REQUIS

- Avoir une culture digitale
- Connaître les fondamentaux de la communication

SUIVI ET ÉVALUATION DES ACQUIS

- Évaluation des acquis en amont via un questionnaire d'auto-positionnement et en aval via un questionnaire d'évaluation rempli par le formateur sur la base des mises en situation réalisées en formation
- Distanciel : contenu et durée identiques + pédagogie adaptée + assistance technique 5j/7 (disponible par mail : digitalelearning@comundi.fr)
- Un support de cours est remis à chaque stagiaire

POUR QUEL PUBLIC ?

- Directeur, Responsable marketing
- Responsable éditorial
- Chargé de communication, Community manager
- Journaliste digital
- Chef de projet

LES PLUS

- Un accompagnement complet pour vous guider dans vos choix stratégiques déterminants

+ Votre capsule digitale (1 heure)

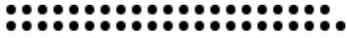
Une capsule de digital learning disponible pendant 1 mois vous est proposée à l'issue de cette formation pour challenger vos compétences !

- Des ressources pédagogiques et de contenu
- Des quiz, des conseils, des vidéos,....

- Un défi compétences pour tester vos nouvelles compétences professionnelles
- Un complément efficace pour ancrer vos nouvelles connaissances dans votre activité professionnelle !

60mn chrono pour vivre une expérience formative unique !

À quoi ressemblent nos capsules ? [Découvrez l'organisation et la richesse de nos capsules](#)



Programme détaillé

Introduction : Content is King

- État des lieux et perspectives.
- Marketing de contenu, brand content, inbound marketing... de quoi parle-t-on ?

Déterminer et prioriser ses objectifs

- Pour qui crée-t-on du contenu, dans quel but ?
- Quels messages souhaite-t-on diffuser ?
- Quels sont les moyens à disposition (humains, techniques, financiers)
- Quels retours sur investissement en attendre ?

Training : en BtoC ou BtoB, décrypter quelques exemples de stratégies de contenus afin d'identifier les facteurs de leur succès

Envisager sa stratégie de communication dans son contexte

- Construire/consolider sa stratégie de communication globale
- Environnement
- Ses contenus : trier l'indispensable de l'obsolète
- Analyse concurrentielle : quelles sont leurs performances SEO ? Sont-ils aussi forts sur mobile et ordinateur ?
- Impliquer ses équipes dans votre transition : s'abonner à des newsletters, constituer une veille des événements professionnels, se créer des listes de lecture (scoop.it...)

Concevoir un dispositif éditorial

- Inventaire des formats éditoriaux digitaux : texte, image, dataviz, audio, vidéo... lesquels seront les plus adaptés à votre stratégie ?
- Différencier contenus chauds et froids : pour quels objectifs et selon quels usages ?
- Analyser le phénomène du micro-contenus pour les réseaux sociaux et mobiles

Training : concevoir un dispositif éditorial en relais d'un lancement d'une nouvelle offre

Intégrer le référencement dans sa réflexion éditoriale

- SEO-SEA-SMO : cadre général
- Principes du SEO : soumission, indexation, positionnement
- 5 règles de base pour optimiser son contenu

Comprendre les spécificités de l'écriture web

- Les principes de la lecture à l'écran
- Les règles à respecter pour bien rédiger
- Ergonomie et mise en scène de l'information
- Écrire sur les réseaux sociaux : quelles spécificités ?

Training : atelier d'écriture web

Produire soi-même ou sous-traiter sa production éditoriale

- Internalisation vs externalisation : avantages et inconvénients
- Définir son projet et verrouiller un appel d'offre
- Établir un brief d'agence : points clés
- Maîtriser planning et budget dans le temps

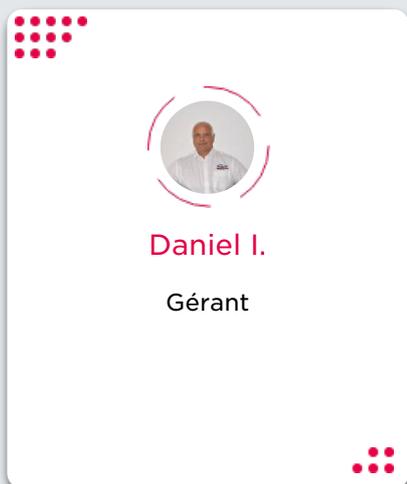
Training : établir un brief agence pour la création d'un support digital

Piloter la production éditoriale

- Étapes clés de la réalisation
- Focus : les chartes éditoriales
- Définir la structure des contenus : arborescence, navigation
- Établir une feuille de style éditoriale
- Mettre en place un comité de rédaction
- Constituer, coordonner et piloter un réseau de rédacteurs
- Animer et faire vivre son projet dans le temps
- Connaître le cadre juridique, les responsabilités et les précautions à prendre

Training : construire une charte éditoriale pour un site corporate

Intervenant



Ce produit est proposé en intra-entreprise, sur-mesure ou en individuel.

Vous êtes intéressé ?

Contactez-nous

intra@comundi.fr

**Vous souhaitez
vous inscrire ?**

Rendez-vous sur le site
www.comundi.fr

Retrouvez le programme de la formation en indiquant la référence dans le moteur de recherche : [11124](#)