



Neuro Active

Écrire pour le Web

La formation « Écrire pour le Web » vous permettra de savoir définir la stratégie éditoriale, de comprendre comment le contenu d'un site web influe sur son référencement naturel mais aussi d'adapter votre écriture aux contraintes du web et d'acquérir les bons réflexes pour bien rédiger. Le programme est donné à titre indicatif et sera adapté à vos besoins et votre niveau après audit. N'hésitez pas à nous contacter pour toute demande spécifique.

Pré-requis

Avoir les connaissances de base relatives aux techniques rédactionnelles

Public concerné

Webmaster, responsable de communication, développeurs de site web, etc.

Contenu de la formation

PHASE 1 : Comprendre les spécificités de la rédaction web et analyser les contenus d'un site internet

Maîtriser les spécificités de la lecture sur écran, comparées à la lecture sur papier

Déceler le potentiel d'amélioration de la lisibilité d'un texte

Comprendre les principes de base du référencement naturel pour optimiser des contenus

Analyser la qualité des contenus d'un site internet

Enrichir ses contenus : techniques de copywriting

Adapter son contenu en fonction de ses lecteurs

Établir des personas marketing pour rédiger un contenu adapté à une cible bien précise

PHASE 2 : Comprendre les spécificités du référencement naturel (SEO) et élaborer un plan d'amélioration des contenus d'un site internet

Comment marche Google : algorithme, fonctionnement et philosophie

Quels sont les critères de positionnement

Quels sont les critères qui comptent le plus et pourquoi

Comment adapter un contenu pour qu'il se positionne sur les moteurs de recherche

Mettre en place une stratégie éditoriale répondant aux spécificités d'une entité : besoins, ambitions, secteur, cible, ...

Mener une recherche sommaire de mots-clés

Élaborer une feuille de route rédactionnelle

Mise en place d'un contenu éditorial

Les facteurs clés du référencement naturel

PHASE 3 : Avoir les bons outils et savoir les utiliser

Outils pour trouver les mots clés

Outils pour mesurer la popularité d'un sujet

Outils de vérification (orthographe, grammaire...)

Outils sémantiques pour améliorer le SEO

Techniques de copywriting avancées

PHASE 4 : Mise en pratique et rédaction de contenus

Rédiger une page web en respectant l'ensemble des bonnes pratiques de la rédaction web

Appréhender les spécificités des contenus sur différents réseaux sociaux

Rédaction d'un emailing

Rédaction d'un post sur les réseaux sociaux

PHASE 5 : Suivi et analyse des performances

Mesurer ses actions : Google Analytics et Google Search Console

Suivre le bon fonctionnement de sa stratégie, analyser les bons indicateurs de performance

Outils de veille et personnes à suivre pour connaître l'actualité du métier