Piloter une stratégie Web éditoriale efficace

La formation « Piloter une stratégie Web éditoriale efficace » vous permettra de définir votre stratégie en fonction des objectifs de votre site et de piloter votre projet éditorial. Spécialiste des formations sur mesure nous adapterons le programme en fonction de vos besoins et de vos attentes.

Pré-requis

Aucun

Public concerné

Responsables marketing, digital, communication, éditoriaux, webmasters, webmarketeurs.

Durée et tarif de la formation

La durée de la formation varie en fonction des besoins et des objectifs déterminés après audit. Les tarifs sont disponibles sur devis.

Contenu de la formation

Les enjeux de l’éditorial web

Les leviers de l’e-communication : fonctionnement, enjeux, applications

Connaître les usages des internautes et les implications pour les marques et/ou entreprises

Différencier les leviers e-marketing : SEO, réseaux sociaux, emails, publicités, site internet, newsletter…

Optimiser son site web pour le positionner comme un outil webmarketing efficace

Définir les grandes typologies de plateformes du web participatif et leurs fonctionnalités pour choisir la ou les mieux adaptées à vos besoins

Comprendre la dimension liée au Web mobile (smartphones, tablettes)

Les caractéristiques du web éditorial

Content marketing, brand content, inbound marketing… de quoi parle-t-on ? Définir les grands concepts régissant le web social :

- mots-clés,
- référencement naturel
- engagement, buzz

Comment organiser sa communication web ?

Organiser l’animation de sa communication digitale

Quels sont les moyens existants à disposition (humains, techniques, financiers) ? – Quels sont les moyens actuels et à venir ?

- Quels messages souhaite-t-on diffuser ?
- Quelle plateforme de publication choisir ?

Concevoir la charte éditoriale de votre communication web / site internet / réseaux sociaux et autres outils marketing

Comment rédiger de bons contenus pour le web ?

Connaître les usages types des sites internet et médias sociaux par les entreprises : communication, recrutement, relation client, SAV…

Bien choisir ses contenus

- Texte ou image ? Ergonomie et mise en scène de l’information – Audio ou vidéo ?
- Contenus chauds et froids
- Micro-contenus pour les réseaux sociaux et mobiles

Comment piloter l’animation éditoriale

Planifier sa programmation éditoriale (étapes à suivre, fréquence de publications, choix des horaires, programmation…) Animer et mobiliser autour de vos publications (outils de veille) Acheter de la publicité (diffusion d’une campagne ciblée)