

# 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. N'hésitez pas à nous contacter pour toute demande spécifique.

## Pré-requis

Aucun

## Public concerné

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

## Durée de la formation

La durée de la formation varie en fonction du niveau de base de l'apprenant et des objectifs d'utilisation formulés.

## 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 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)

## **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 ?
- Définir sa stratégie éditoriale : Identifier ses objectifs de communication/marketing et cibles sur le web - Pour qui crée-t-on du contenu, dans quel but ?
  - 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