

Formation RS0321 : “Prendre en main sa communication web et ses réseaux sociaux” 21 heures

Pour qui ?

Toute personne assurant la communication écrite de son entreprise sur le web (auto-entrepreneur, TPE & PME), via un blog et chargée de l’animation des réseaux sociaux, désireuse d’augmenter la visibilité de son entreprise sur le web.

Enjeu

Acquérir les bases de la communication écrite sur le web.

Prérequis

Avoir un site web, être présent sur les réseaux sociaux.

Objectifs

- Découvrir l’ensemble des supports de communication sur le web.
- Professionnaliser sa communication digitale.
- Savoir communiquer de manière efficiente sur les réseaux sociaux.
- Améliorer sa visibilité sur le web.

Points forts / Moyens pédagogiques

- Trois jours pour acquérir une expertise sur les nouveaux usages du Web en marketing et communication.
- Des exemples concrets et actualisés en permanence.
- Une pédagogie active et personnalisée.
- Des ateliers de mise en pratique sur des cas concrets rencontrés par les stagiaires.

Profil de l’animateur

Hubert Vast est un professionnel du journalisme et de la rédaction web aguerri aux techniques de community et content management. Formateur certifié.

Programme

JOUR 1 - Stratégie : L'essentiel pour se lancer dans le content et le community management

- *Connaître les bases du content et du community management*
- *Bien démarrer une campagne de content et de community management*
- *Savoir ce qu'il faut faire et les erreurs à éviter*
- *Comprendre la logique du content et du community management*

1- Avant de se lancer dans le content et community Management

- Définir les outils de veille
- Définir les outils d'analyse
- Garder en mémoire certains points essentiels
- Connaître les erreurs à éviter

2- Les réseaux sociaux

- Quand et comment investir les réseaux sociaux ?
- Choisir le/les bons réseaux sociaux pour son entreprise
- Savoir définir une stratégie et le retour sur investissement d'une campagne de content et de community management
- Connaître les erreurs à éviter

3- Le blog

- Comprendre qu'un blog est un outil web-marketing nécessaire à une campagne de content et de community management
- Découvrir les avantages d'un blog
- Comment animer un blog ?

4- Le Content et le Community Management en pratique

- Découvrir le profil idéal du content et du community manager
- Savoir à qui confier son content et son content et son community management
- Que dire sur son blog ?
- Apprendre à ne pas confondre les outils et la finalité du content et du community management

JOUR 2 - Ecrire pour être lu et vu

- Découvrir les règles de bases de la rédaction
- Maîtriser les techniques du message court
- Produire un écrit efficace et qui soit compris
- Optimiser le temps passé à l'écriture

1- Les règles

- Découvrir les règles de bases de la rédaction
- Mise en pratique de ces règles de bases de la rédaction

2- Ecrire pour être lu

- Adapter son style en fonction de son lectorat
- Aller à l'essentiel
- Organiser l'information et ses idées

3- Ne pas lasser son lecteur

- Dynamiser son style et fluidifier ses phrases
- Les erreurs à éviter
- Les habitudes à prendre

4- L'accroche et la chute

- Savoir vérifier ses sources
- Contextualiser l'information
- Connaître les principaux formats d'écriture

JOUR 3 - Content Management : Animer un blog pour être bien référencé et accroître sa visibilité

- *Découvrir le content management et le mettre en pratique*
- *Identifier les règles de la rédaction web pour un meilleur référencement google*
- *Comprendre la logique web-marketing et son lien avec le content management*

1- Les règles de conception / rédaction

- Rappel des règles de rédaction
- Comprendre l'importance des règles de rédaction

2- Le Content Management en théorie

- Découvrir les règles de bases et les spécificités de la rédaction web
- Apprendre à rédiger pour les moteurs de recherche
- Comprendre l'importance du texte dans le référencement naturel
- Savoir définir un bon mot clé
- Au-delà de la rédaction, savoir quelles actions réaliser afin d'améliorer le référencement naturel d'un texte

3- Réflexion stratégique

- Comprendre que le content management est une démarche qui s'inscrit dans une politique web-marketing globale
- Comprendre que le content management peut s'appliquer à n'importe quelle entreprise

4- Le Content Management en pratique

- Débuter une campagne de content management pour son entreprise