

## COM-24

# CONCEVOIR UNE STRATEGIE EDITORIALE SUR LE WEB

## OBJECTIFS PEDAGOGIQUES :

*A l'issue de la formation, chaque participant devra mieux :*

- Concevoir et rédiger une charte éditoriale pour un site
- Connaître les règles d'écriture adaptées aux sites
- Définir des processus éditoriaux

## CONTENU DU PROGRAMME DE LA FORMATION :

- **Panorama des différents sites orientés contenus**
  - ✓ Optimiser le contenu afin de mieux toucher ses cibles.
  - ✓ Décryptage de ce qui fonctionne et ne fonctionne pas.
  - ✓ Pertinence du discours. Attentes des publics.
- **Rédiger votre charte éditoriale**
  - ✓ Le lien avec la stratégie de l'entreprise.
  - ✓ Les fondations : objectifs, cibles et moyens.
  - ✓ Concevoir une charte éditoriale.
- **Typologie des contenus et des formats**
  - ✓ Comprendre le rôle des différents niveaux de contenus.
  - ✓ Présentation des différents genres éditoriaux : brève, article, interview, dossier, revue de presse...
  - ✓ Présentation des différents formats : titre, sous-titre, intertitre, chapeau, légende...
- **Les processus éditoriaux**
  - ✓ Définir ses processus éditoriaux : contribution et animation sur un site orienté contenu.
  - ✓ Les différents rôles au sein de l'équipe de rédaction (le rédacteur, le correcteur...).
- **Le champ lexical**
  - ✓ Comprendre l'importance de la bonne utilisation du champ lexical.
  - ✓ Comment le développer pour votre contenu Web ?

- **Les spécificités de la lecture sur le Web**
  - ✓ Contraintes ergonomiques : lisibilité, lecture à l'écran, parcours de l'œil sur l'écran.
  - ✓ Où placer l'information sur un écran ?
- **Les règles d'écriture sur le Web**
  - ✓ La pyramide inversée.
  - ✓ La règle des "5 W" ou comment dégager le message essentiel du sujet à évoquer ?
  - ✓ La règle des "4 C" (Crédibilité, Clarté, Concision, Cohérence).
- **Concevoir la version mobile de son site**
  - ✓ Les contraintes des différents terminaux.
  - ✓ Les impacts sur la conception éditoriale et l'ergonomie.
  - ✓ Les outils clés pour construire un wireframe mobile.

## **PUBLIC CIBLE :**

Responsables et chargés de communication ou marketing

## **DUREE DE LA FORMATION :**

03 journées de 8 heures chacune

## **ANIMATEUR :**

Formateur spécialisé