

Formation semestre 1- Rédiger pour le web

A distance

Dates et durée de la formation

Durée : 4 demi-journées

Date(s) :

16 avril, 17 avril, 20 avril, 24 avril 2020 (Nombre total d'heures de formation : 14)

Public cible

Tarif de la formation :

470 € net de taxes

Personnel chargé de la rédaction et de la présentation des contenus sur le site web

Objectifs

- Connaître les principes généraux de l'écriture Web
- Ecrire en rapport avec des visuels qui véhiculent des émotions et de l'immersion
- Faire des avis une piste d'inspiration marketing et une source de diffusion multicanal
- Composer une fiche produit (composante technique, éditoriale, choix des thématiques)
- Définir sa politique éditoriale (démonstration de Trello)
- Savoir écrire pour séduire
- Prendre en compte les contraintes du référencement
- Enrichir son contenu en valorisant ses avantages concurrentiel
- Rendre populaire & viral ses contenus et utiliser les plates formes social de voyage (Facebook Cityguides, recommandation Facebook et Google)

Pré-requis

Bonnes connaissances d'Internet en général

Sensibilité forte aux métiers du marketing et de la communication

Contribuer régulièrement à un site Internet Touristique

Matériel stagiaire :

Ordinateur avec un WIFI actif

Intervenants

Arnaud MAES, Id Rézo

Tarif de la formation :

470 € net de taxes

-

Numéro de déclaration d'activité pour demande de prise en charge de la formation auprès de l'OPCO :
76340953834

Salariés de droit privé des organismes du tourisme, n'oubliez pas de faire votre demande de prise en charge auprès de l'AFDAS !

Contenu de la formation

Alternance moment d'acquisition pédagogique, échanges sur les bonnes pratiques, travaux pratiques (exploitation des avis, matrice éditoriale), restitution collective (travail des personas). Travail sur des exemples réels. Formation à des outils pratiques pour construire ensemble le plan éditorial de chaque destination.

1. Rappel des principes généraux de l'écriture web

- Comprendre l'usage de l'internaute pour adapter son écriture
- Multi écrans, nouvelles pratiques...

2. L'e-touriste : écrire en priorité pour répondre aux besoins du voyageur

- le marketing en premier
- séduire
- informer
- déclencher l'achat
- fidéliser

3. Ecrire pour capter et séduire : on vend quoi ?

- Capter l'attention : l'accroche avant tout
- Enrichir son descriptif par l'expérience émotionnelle, l'imaginaire, l'immersion et le symbolique
- Le « storytelling » ou la force de l'histoire
- L'originalité et la créativité au cœur du processus d'écriture
- La puissance esthétique : les visuels en cohérence avec le texte
- Comprendre que les avis sur le plan marketing sont une source d'émotion, d'inspiration commerciale et de contenu marketing

4. Les contraintes du référencement naturel avec les 10 conseils clefs pour optimiser sa puissance organique de ses contenus

5. Choisir ses mots clés, ses cocons sémantiques et les intégrer dans sa rédaction

6. Rendre populaire & viral ses contenus avec une diffusion multicanal sur les réseaux sociaux

7. Utiliser les plates formes social de voyage (Facebook Cityguides, recommandation Facebook et Google,..) et comprendre que la clef n'est plus le type de prestation mais l'ami..

8. Méthode pour identifier & utiliser le contenu des internautes (avis, posts, commentaires, UGC,...) comme source d'identification de contenu marketing pour sa destination et son territoire (atelier)

9. La charte éditoriale : un cadrage indispensable et une cohérence marketing

10. Le cadrage éditorial global (démonstration de l'outil collaboratif Trello pour une gestion simplifiée de son contenu avec son équipe)

11. La programmation éditoriale : Réaliser et adapter un planning éditorial multi support (atelier)

Page web : <https://formation-etourisme.com/formationinstitut/rediger-web-techniques-referencement-ecriture-web-2/>

- **Nombre de personnes** : 12

- **Code action** : 23007