

PROGRAMME

➔ Prérequis

Aucun pré-requis n'est demandé en termes de compétences ni de formation initiale.

➔ Durée

à partir de 2 jours de formation selon la taille de l'entreprise, les objectifs spécifiques et le public concerné.

Délai d'accès : selon les délais des demandes de financement OPCO et planning

➔ Public visé

Cette formation s'adresse aux dirigeants et salariés d'entreprises dont la fonction implique de rédiger des contenus de type journalistique en particulier pour la communication digitale.

➔ Nombre de participants

De 1 à 10 personnes

Accueil des personnes en situation de handicap et aménagement possible, merci de nous consulter

➔ Outils pédagogiques

Salle, tables et chaises,
Tableau effaçable / Paperboard.
Vidéoprojecteur / ordinateur.

➔ Méthodes Pédagogiques

Approche participative, déductive avec transmission des connaissances. exercices d'application.

➔ Formateur(s)

Consultant expert en marketing et communication

➔ Evaluation des acquis

Exercices d'application, évaluation continue par le formateur, auto-évaluation et attestation de fin de formation

➔ Tarifs hors taxes

Module standard = 1 400 €ht
Journée supplémentaire de formation = 700 €ht

COMMUNICATION ECRITE

Objectifs de la formation

- Donner au stagiaire une compréhension des différentes techniques d'écriture de contenu pour les supports de promotion en print, sur le web et sur les réseaux sociaux
- Comprendre les bonnes pratiques de l'écriture pour les réseaux sociaux en particulier

PROGRAMME

Maîtriser les différentes techniques pour produire des écrits percutants

1. Ecrire pour les supports imprimés

- L'information : message, hiérarchie, loi de proximité
 - Rappel des règles de base de l'écriture journalistique,
 - Les acteurs du message,
 - Qu'est-ce qu'un message complet,
 - Hiérarchiser l'information
- Le traitement de l'information
- Rédaction d'un texte concis et efficace pour le print
- Les écrits journalistiques : construction théorique et écrits d'écrits informatifs, divertissants, s'engagés

2. Ecrire pour le web

- Exploiter les spécificités du web,
 - Comprendre les spécificités du web,
 - L'importance du texte dans le référencement naturel,
 - Rédiger pour les moteurs de recherche,
- Organiser et structurer l'information sur un site internet
 - Définir la composition thématique du site.
 - Choisir l'emplacement des textes en fonction de la logique de navigation.
 - Typologie de sites éditoriaux
 - Exemples et contre-exemples de sites.
- Rédiger les textes et choisir les liens
 - Le plan des textes, la construction des phrases,
 - Choisir et hiérarchiser ses mots clés,
 - Choisir le vocabulaire, utiliser la ponctuation,

3. Ecrire pour les réseaux sociaux

- Elaborer une ligne éditoriale pour la création de contenus
- Les règles rédactionnelles pour les réseaux sociaux
- Structuration des contenus selon les réseaux sociaux

4. Exercices pratiques

- Rédaction de textes pour supports PRINT et WEB,
- Echange sur les difficultés rencontrées,
- Retour sur les éléments structurants,
- Débriefing.

Modalités de personnalisation

Ce programme correspond une formation standard construite pour pouvoir répondre aux objectifs de la plupart des entreprises et des professionnels.

Cependant, la durée de la formation sera adaptée en fonction de :

- nombre des stagiaires
- postes occupés par les stagiaires et compétences initiales
- disponibilité des stagiaires
- attentes spécifiques du dirigeant