

Bien écrire pour le web



Marie Lavillaine
Consultante

15 ans d'expérience dans la communication et le marketing B2B

Public visé : responsable communication & marketing, assistant(e) marketing, communication, chef de projets / de produits

Durée : 2 x 3,5 h

Prix : 910€ HT

Prérequis : connaissances de base en rédaction

Modalités : possibilité de formation à distance, un ou deux formateurs

Méthodes pédagogiques : workshops, exercices, cas pratiques

Évaluation des acquis : quizz et/ou questionnaire

Objectifs **Connaître et comprendre** son audience.

Hiérarchiser son contenu et faciliter l'accès à l'information.

Écrire **pour son lecteur**.

Écrire pour être lu : **le référencement naturel**.

1. Connaître et comprendre son audience

- Les **comportements de lecture** sur le Web
- Les **contraintes de l'écran**
- **Suivi statistique** : taux de rebond et temps de visite
- **Connaître ses internautes** et répondre à leurs attentes
- **Le persona** : bien connaître ses cibles

2. Hiérarchiser son contenu et faciliter l'accès à l'information

- La loi de **proximité**
- La règle des **5W**
- Définir un **angle rédactionnel**
- **Construire son plan** : pyramide inversée, plan PRAP ou SPRI
- **Soigner ses niveaux de lecture** : titre, chapô, accroche, intertitre

3. Ecrire pour son lecteur

- Définir sa **ligne éditoriale** : format et ton
- **Gagner en précision** et en concision
- **Rédiger** « concret » et « client centric »
- **Diversifier son contenu** : visuels, vidéos, sons
- **Recycler** ses contenus

4. Ecrire pour être lu : le référencement naturel

- **L'importance du contenu** dans le SEO
- **Les mots-clés** : les choisir et les hiérarchiser
- **Les outils** pour les mots-clés
- Surfer sur la **longue traîne**
- **Enrichir** sa sémantique
- Bien rédiger **ses balises**
- Travailler **ses liens externes et internes**



Une formation pertinente et pratique qui m'a d'abord appris à réfléchir avant d'écrire. J'ai aussi découvert de nombreux leviers pour rendre mon écriture plus appropriée à la lecture sur le web.

Jacques Grollemund, Elkem Silicones

