

STRATÉGIE ÉDITORIALE : METTRE EN PLACE UN PLAN ÉDITORIAL_1132

840 € HT (tarif inter) | REF : -WEB159
TARIF SPÉCIAL : particuliers et demandeurs d'emploi

Concevoir, mettre en place et piloter une stratégie éditoriale et définir un planning de publication de contenu adapté.

PROGRAMME

Objectif de sa stratégie éditoriale

- Analyser le besoin du public cible et déterminer ses objectifs .
- Faire correspondre son contenu avec les objectifs du client.
- Quel message veut-on transmettre ?.
- Quels sont les retours sur investissement ?.

Analyse de cas

- Exemple de stratégies de contenu.
- Comment l'optimiser ?.

Analyse de l'existant

- Réaliser une analyse d'un dispositif éditorial existant.

Mise en place du plan éditorial

- Mise en place des personas.
- Planifier et définir la production de son contenu.
- Méthodes et étapes de planification.
- Créer et coordonnée une équipe de rédacteur des textes engageants.
- Entretenir la communication en publiant des contenus.

Gestion d'équipe

- Créer et coordonner une équipe de rédacteurs.
- Brief pour concevoir des textes engageants et adaptés.
- Le cadre juridique.

Cas pratique

- Concevoir un plan éditorial pour une entreprise.



2

JOURS

14

HEURES

OBJECTIFS

Concevoir, mettre en place et piloter un plan éditorial

PUBLIC | PRÉREQUIS

PUBLIC

Éditeurs, chargés de communication en ligne, rédacteurs Toute personne amenée à mettre en place un plan éditorial

PRÉREQUIS

Une connaissance de l'environnement Web serait appréciée

INFOS PRATIQUES

HORAIRES DE LA FORMATION

de 9 h 00 à 12 h 30 et de 13 h 30 à 17 h 00

MÉTHODOLOGIE PÉDAGOGIQUE

Théorie | Cas pratiques | Synthèse

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation qualitative des acquis tout au long de la formation et appréciation des résultats

DATES ET LIEUX

Aucune session ouverte