




Programme de la formation

Stratégie de communication et rédaction de contenus pour le site internet

-  Individuel sur site
-  35 heures sur 5 jour(s)
-  Indépendant et dirigeant
-  Sur devis

Description courte

A l'issue de cette formation, l'apprenant connaîtra les fondamentaux de la communication et saura définir les objectifs visés dans la création de son site internet. Il saura réaliser son arborescence, lister ses mots clés, rédiger des contenus convaincants et choisir les visuels adaptés à son propos.

Profil des participants

- Dirigeants de TPE / PME.
- Créateurs / repreneurs d'entreprise.

Prérequis

Aucun

Objectifs

- Comprendre les bases de la communication d'entreprise
- Définir ses objectifs et sa stratégie de communication
- Comprendre les fondamentaux de la création d'un site internet pour préparer les éléments attendus par le webmaster
- Savoir rédiger des contenus convaincants et créer une banque d'images de qualité

Aptitudes et compétences visées / attestées

Savoir définir sa stratégie de communication.

Savoir préparer le travail qui va permettre au webmaster de réaliser son site internet.

Savoir rédiger des contenus convaincants pour son site et illustrer ses propos avec des visuels.

Contenu

Les fondamentaux de la communication d'entreprise

- Comprendre les bases de la communication d'entreprise
 - Connaître les différents outils de communication.
-

-
- Définir ses cibles, ses valeurs, sa différenciation
 - Définir sa stratégie de communication

En amont de la réalisation d'un site internet

- Définir le ou les objectifs de son site internet
- Comprendre comment fonctionne le référencement d'un site internet
- Comprendre l'arborescence du site internet
- Comprendre les règles de rédaction pour le site internet
- Savoir chercher des images libres de droit pour son site
- Connaître et respecter les règles typographiques

La rédaction sur le site internet

- Réaliser une arborescence de site internet
- Définir les mots clés
- Rédiger les argumentaires pour chaque cible avec le "bénéfice client"
- Créer une banque d'images pour illustrer son propos
- Mettre en avant sa différenciation
- Créer un slogan percutant
- Créer des CTA : Call To Action
- Permettre aux clients de s'abonner à la newsletter

La vie du site internet

- Vérifier la cohérence avec les autres supports de communication
- Comprendre comment créer du trafic sur le site pour optimiser son référencement
- Savoir actualiser le site régulièrement pour améliorer son référencement
- Créer une communication entre les réseaux sociaux et votre site internet.

Pédagogie et organisation

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Exposés théoriques
- Mise en pratique

Dispositif de suivi de l'exécution de d'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Exercices pratiques à partir des données du stagiaire.
- Formulaire d'évaluation de la formation.

Financements possibles

FAF

OPCO

CPF

Intervenant

L'équipe pédagogique est constituée par Annick BERNARD, consultante formatrice spécialisée en communication d'entreprise et en événementiel avec plus de 20 années d'expérience en entreprise dans des postes opérationnels de la communication et du marketing.