

ATOUT FRANCE

FORMATION A DISTANCE

LUNDI 17 ET MARDI 18 MAI 2021

Concevoir une stratégie digitale de contenu adaptée,

**ou comment attirer et fidéliser vos publics à l'aide de contenus sobres, solides et puissants;
publier moins mais mieux, pour être résilient en cas de crise,
tendre à la sobriété numérique et rendre votre communication digitale plus efficace.**

Formatrice : Eve DEMANGE

Comment réussir sur le web à l'aide de contenus utiles, visibles et percutants ? Comment concevoir une communication efficace et sobre pour l'empreinte du numérique ? Comment créer une identité solide au fil des messages et des informations ?

Cette formation à distance s'attachera à répondre à l'ensemble de ces questions et vous enseignera la maîtrise des étapes de conception d'un contenu éditorial web efficace ; de la stratégie à la mise en œuvre à la ligne éditoriale et le planning d'animation, en passant par le référencement naturel.

Les objectifs principaux de la formation sont :

- Intégrer les trois piliers de la stratégie de contenus web,
- Penser sa stratégie en accord avec les principes de la sobriété numérique,
- Evaluer les forces et les faiblesses de son écosystème éditorial,
- Savoir planifier, organiser et animer ses contenus,
- Pérenniser une stratégie de contenu web efficace en lien avec les marques touristiques de sa destination

Programme

Jour 1 : lundi 17 mai

Matinée de 9H00 à 12H30

Module 1 : construire sa stratégie de contenu web

Poser les piliers de sa communication digitale

- Besoins en information des internautes & persona
- Analyse sémantique des intentions de recherche & stratégie SEO
- Objectifs visés par la présence en ligne
- Grands principes de la sobriété numérique
- Axe narratif, vision et Identité
- Storytelling : raconter sa destination à travers des histoires et des personnages
- Ligne éditoriale : créer une communication cohérente de A à Z

Fiche de synthèse avec les points clés à retenir

Travail individuel et partage avec le groupe : poser les piliers de sa stratégie de contenu. Définir son audience, poser ses objectifs prioritaires, définir son axe narratif (mission ou promesse). Poser les piliers de sa communication digitale.

ATOUT FRANCE

FORMATION A DISTANCE

LUNDI 17 ET MARDI 18 MAI 2021

Après-midi de 14h00 à 17h30

Module 2 : Planifier la création et la publication des contenus

- Connaître le cycle d'achat en e-tourisme
- Communiquer la bonne information au bon moment
- Choisir le support adapté au message
- Formats & sobriété numérique
- Concevoir un planning d'animation réaliste
- Rédiger sa charte éditoriale : modèle
- Choisir, manager et animer son équipe éditoriale web
- Mesurer les résultats obtenus et encourager

Fiche de synthèse avec les points clés à retenir

Cas pratique : analyse d'une stratégie de contenu mise en place par une destination. Comparaison avec les stratégies mises en place auparavant par les différents participants. Partage d'expérience sur les forces et faiblesses des opérations de communication menées dans le passé. Elaboration d'une liste de bonnes pratiques.

Jour 2 : mardi 18 mai

9h00 : Module 3 : atelier en groupe et partage : la conférence de rédaction 2h30

Préparation des articles : quels sujets développer pour mettre en scène l'identité et les valeurs d'une marque de destination et illustrer une ligne éditoriale d'une façon originale et cohérente avec les marques régionales. Quels formats choisir pour concilier originalité éditoriale et sobriété numérique ?

Module 4 : Optimiser sa visibilité sur les moteurs – 2h30

- Structurer son site web pour répondre aux internautes,
- Optimiser ses contenus pour le SEO (textes, vidéos, photos),
- Faire un maillage efficace des contenus,
- Faire parler de soi et développer les liens référents,

Fiche de synthèse avec les points clés à retenir.

Cas pratiques : de nombreux exercices pratiques collectifs et individuels seront proposés au fur et à mesure de la présentation des différents points.

Module 5 : Animer sa communauté sur les réseaux sociaux – 2h00

- Réussir sa communication grâce aux facteurs clés,
- Trouver le bon ton pour engager la conversation,
- Doper sa créativité pour booster les partages,
- Alternier les formats photos, textes, vidéos, illustrations,
- Gérer efficacement son temps : publication et modération,

ATOUT FRANCE

FORMATION A DISTANCE

LUNDI 17 ET MARDI 18 MAI 2021

- Fiche de synthèse avec les points clés à retenir

Cas pratique : analyse des lignes éditoriales déployées sur les réseaux sociaux

17H00 : bilan de la formation & évaluation des acquis

Public attendu

Professionnel du tourisme et des loisirs en charge de la communication web de sa destination ou de sa structure/établissement, souhaitant mettre en place une stratégie de contenu web efficace.

Prérequis

Une connaissance de la stratégie de communication de la structure, de ses objectifs et de son positionnement est utile.

Méthode pédagogique

Elle alternera la théorie et les cas pratiques avec une conférence de rédaction et une demi-journée d'atelier afin de créer sa propre charte éditoriale web. La méthode proposera de travaux individuels, en binôme et en commun.

Durée : 2 jours

La formatrice : **Ève Demange** est spécialiste de la stratégie de contenu, du storytelling et du récit prospectif chez Plume Interactive. Elle est aussi conférencière, auteure de *Réussir sa stratégie de contenu* aux éditions Eyrolles, et formatrice spécialisée en e-tourisme. Elle anime des ateliers d'écriture et enseigne la stratégie de contenu web à l'Université de Paris Ouest. Elle accompagne les entreprises et les territoires en stratégie de contenu web depuis près de 20 ans.