

MODULE : RÉDACTION WEB

Projet 4 – Techniques rédactionnelles

1- Créons nos personae

❖ Cœur de cible

Nos cœurs de cible sont principalement les acteurs du numérique notamment les marketeurs.

Sociable **Dynamique**

Bio
Ayant obtenu ses diplômes dans une grande université de Paris, Georges est l'actuel chargé de marketing d'une entreprise de la place. Dernièrement, il a été recommandé à une institution mais ne souhaite pas rompre son premier contrat, il décide de travailler avec les deux boîtes ensemble. De ce fait, il rencontre quelques soucis concernant la création et la publication des différents contenus à l'heure, il a besoin d'aide.

"La meilleure publicité est un client satisfait."

Nom : **Georges Konan**
Âge : **25-60 ans**
Travail : **Responsable marketing**
Famille : **Marié**
Localisation : **Abidjan/Côte d'Ivoire**

Buts

- Accomplir toutes ses tâches dans le temps
- Gagner en temps pour ouvrir sa propre boîte

Frustration & Peurs

- Perdre ses emplois
- Manque de temps
- Manquer de productivité

Médias et technologies

Chaines télé
application mobile
Réseaux sociaux

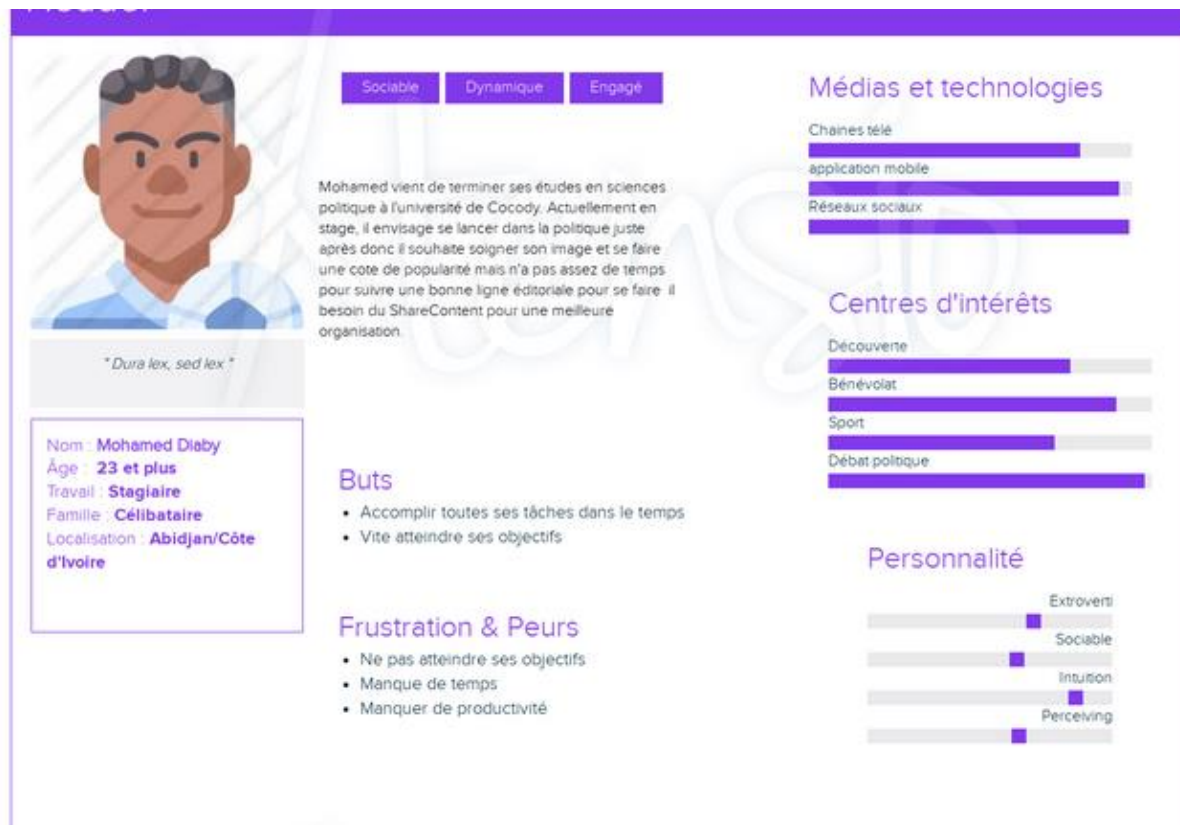
Centres d'intérêts

Découverte
Bénévolat
Sport

Personality

Introvert Extrovert
Thinking Feeling
Sensing Intuition
Judging Perceiving

❖ Cible secondaire



2-Rédigeons

❖ Article 1

L'importance du contenu pour développer le marketing de réseau

Le marketing de contenu est aujourd'hui le carburant de tous les processus d'acquisition efficaces. Plusieurs canaux de communication seront utilisés pour diffuser de contenu. Le marketing de contenu est utile pour les clients potentiels d'une entreprise. Alors que ce dernier ne demande rien, il propose un contenu riche sur des sujets précis. C'est un moyen efficace d'obtenir des informations par le biais de la marque.

1-Générez des prospects et des ventes à partir du contenu.



L'IMPORTANCE DU CONTENU POUR DÉVELOPPER LE MARKETING DE RÉSEAU

Aujourd'hui, la quasi-totalité des personnes ont un smartphone et un accès à internet! L'humain passe plus de temps sur les réseaux sociaux et la manière de faire bouger son entreprise est de créer du contenu pour son entreprise sur les réseaux sociaux. La stratégie de contenu est simple, fournir un contenu informatif et divertissant avec une réelle valeur ajoutée pour attirer ses clients ou clients potentiels. Livres blancs, magazines digitaux, blogs dédiés à l'image de marque, les moyens d'accompagner ce type de stratégie sont multiples.

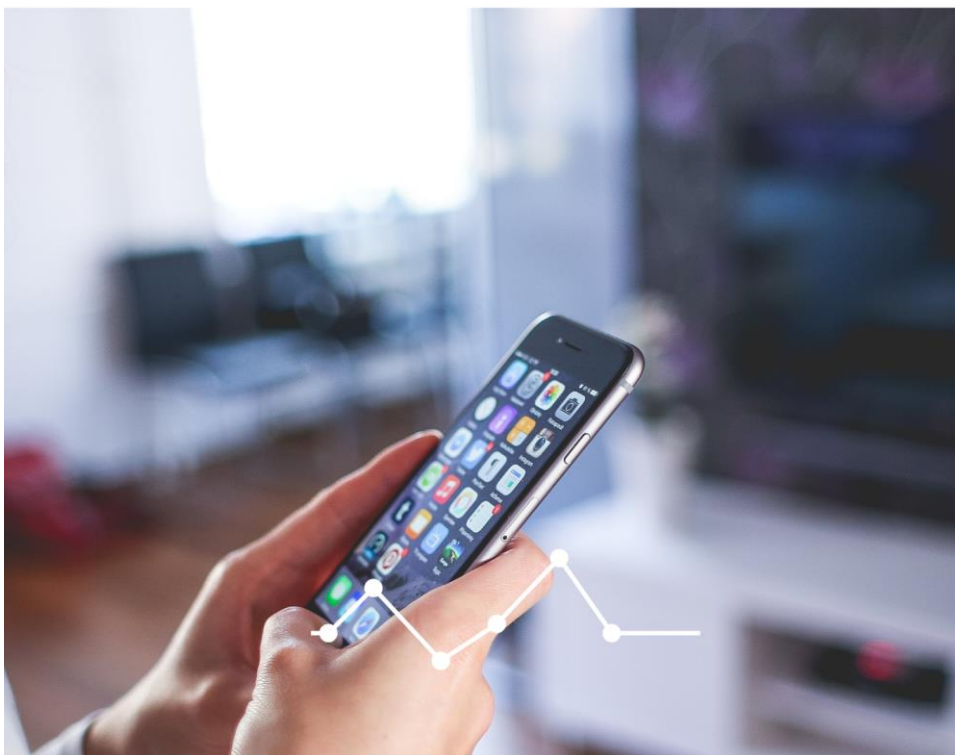
Plusieurs canaux de communication seront utilisés pour diffuser le contenu. Le marketing de contenu est utile pour les clients potentiels d'une entreprise. Alors que ce dernier ne demande rien, il propose un contenu riche sur des sujets précis. C'est un moyen efficace d'obtenir des informations par le biais de la marque.

Parmi les canaux de distribution organiques les plus populaires, citons :

- Les moteurs de recherche
- YouTube
- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Pinterest
- Tumblr
- LinkedIn

Source : <https://www.omartin-marketing.com/search-engine-marketing-omartin/7-strategies-marketing-de-contenu-pour-generer-des-prospects/>

Trouver des prospects en produisant du contenu



2-L'importance d'un contenu de qualité et engageant

La façon d'assurer la qualité de votre contenu est de toujours garder vos objectifs à l'esprit et de ne pas vous en écarter. Plus important encore, vous devez construire une proposition de valeur. Ce dernier renforcera vos objectifs commerciaux et vous permettra de cibler le bon public tout en produisant un contenu pertinent. On ne peut parler de la qualité d'un contenu sans parler de son référencement naturel qui doit répondre aux attentes d'un public cible. Tous les internautes ne consomment pas l'information de la même manière. Si votre contenu n'est pas adapté à votre cible, il sera inutile. En conséquence, le moteur de recherche ne vous recommandera pas aux internautes.

La création de contenu permet d'attirer une fréquentation qui doit être analysée ! Vous pourrez ainsi identifier votre public et mieux répondre à ses attentes, le séduire et le retenir. Encore une fois, il vaut mieux commencer par penser aux profils pour lesquels votre contenu est produit. Le contenu a évolué ces dernières années. Intégrez-vous à votre stratégie : articles, vidéos, photos, visuels, gifts, infographies... C'est l'un des secrets de l'engagement du public ! Il existe également d'autres techniques complémentaires pour attirer une cible compétente en fonction du contenu tel que le marketing entrant.

Avec cette liste non exhaustive, vous pouvez repartir sur de bonnes bases. La concurrence sur les réseaux sociaux est féroce, il est donc essentiel de fournir un contenu de qualité. Votre publication doit être très intuitive et pertinente.

Vous pouvez commencer par utiliser vos expériences personnelles et professionnelles pour créer du contenu attrayant tout en travaillant votre personal branding ou en utilisant un outil de curation comme (lien du site ShareContent).

Conseil : Éviter la sur optimisation pour ne pas être sanctionner par Google.

❖ Article 2

Comment créer un lien privilégié avec sa communauté

La communauté est un mot qui fait référence à un groupe de personnes ayant des intérêts et des préoccupations communes. Les gens forment naturellement des communautés et restent en contact les uns avec les autres. Cependant, certaines personnes ont du mal à former de nouvelles communautés. Ils se sentent seuls et isolés parce qu'ils ne savent pas comment se connecter avec les autres. Heureusement, former une nouvelle communauté est plus facile que vous ne le pensez ; cela ne prend que quelques étapes.



Tout d'abord, vous devez comprendre ce qui fait une bonne communauté. Une communauté forte a des membres qui se soucient les uns des autres et ont des intérêts similaires. Les gens d'une communauté saine sont heureux et se sentent soutenus par leurs pairs. Essentiellement, votre communauté devrait vous faire sentir bien tous les jours. Les gens d'une mauvaise communauté sont frustrés et se sentent seuls au monde. Vivre dans une communauté heureuse et solidaire rend la vie beaucoup plus facile.

Pour former une nouvelle communauté, vous devez d'abord découvrir ce qui manque à votre communauté actuelle ou ce avec quoi elle a des problèmes. Vous pouvez le faire en parlant à vos amis de l'école ou en contactant des entreprises locales autour de vous. Parlez aux entreprises de votre idée de démarrage de rêve et demandez-leur des suggestions sur où commencer. Vos amis vous aideront à identifier ce qui manque à votre communauté, ce qui vous aidera à décider où démarrer votre entreprise.

Une fois que vous savez ce dont votre communauté a besoin, il est temps de commencer à vous connecter avec elle ! Voici trois façons simples de vous connecter avec votre communauté :

1. Trouvez un moyen de parler aux gens de votre communauté.



Trouvez des moyens d'entamer des conversations avec les gens qui vous entourent, en particulier ceux qui vivent près de chez vous. Commencez des conversations avec des gens au travail, à l'école ou dans votre quartier et voyez s'ils veulent rejoindre un groupe avec vous. Vous pouvez facilement former un nouveau groupe en discutant d'intérêts communs ou en demandant aux membres du groupe des suggestions sur le prochain lieu de rencontre. Cela vous aidera à établir des relations avec votre communauté locale et à repartir à zéro avec chaque conversation que vous avez !

2. Trouvez un moyen de vous connecter aux préoccupations de votre communauté actuelle.

Si vous avez des amis de l'école, des membres de la famille ou des collègues, demandez-leur de recommander des entreprises locales que vous pouvez contacter ! Cela vous aidera à vous connecter avec d'autres personnes de

différentes parties de votre vie, ce qui vous aidera à former de nouvelles communautés ! Vous pouvez également contacter des organisations locales telles que des églises ou des organisations à but non lucratif pour savoir où vous pouvez démarrer une entreprise. De nombreuses organisations à but non lucratif recherchent des bénévoles prêts à travailler gratuitement pour leur cause. Former de nouvelles communautés aide à attirer l'attention de ces organisations et permet aux utilisateurs de contribuer sans rien payer en retour !

3. Se connecter avec votre communauté est facile si vous faites simplement ce qui suit :



Pour commencer à créer des liens avec d'autres personnes dans votre région, commencez une conversation avec quelqu'un au travail ou à l'école. Parlez-leur de vous et de ce qui vous intéresse le plus dans le démarrage d'une entreprise en ville. Ils seront heureux de parler à quelqu'un de nouveau et de leur donner des idées sur la meilleure façon de se connecter avec leur communauté locale ! Ensuite, trouvez d'autres personnes de la même université ou du même lieu de travail qui souhaitent démarrer une entreprise en ville et formez un groupe de messagerie. Chaque membre doit ajouter les autres membres du groupe afin

que chacun soit conscient de la présence de chacun dans le groupe ! Une fois le groupe formé, envoyez une annonce chaque fois qu'il y a un événement qui intéresse tous les membres ; cela augmentera vos chances de rencontrer d'autres personnes partageant les mêmes idées !

Il est tout de même important de créer du contenu de qualité voire cet article ([lien vers le premier article](#)).

❖ Article 3

COMMENT TROUVER, CRÉER ET PARTAGER DU CONTENU AUTOMATIQUEMENT

Le marketing de contenu est une stratégie utilisée par les entreprises pour développer leurs marques. Cela implique de créer et de partager un contenu de qualité que votre public cible trouve utile. Vous pouvez utiliser cette stratégie pour créer votre liste de diffusion et promouvoir vos produits ou services. Essentiellement, vous créez un document vivant que votre entreprise peut continuer à mettre à jour et à développer. Cependant, créer un bon contenu est difficile pour la plupart des entreprises. La plupart des gens ont peur de publier du mauvais contenu, ce qui les empêche de se constituer une clientèle en ligne. Heureusement, il existe plusieurs façons de trouver, créer et partager du contenu de qualité sans réfléchir.

Pourquoi faut-il créer du contenu ?

Le marketing de contenu est un élément crucial de la construction d'une marque et de la promotion de vos produits ou services. De nos jours, la plupart des gens ont de plus en plus besoin de leur temps, ils ont donc besoin de moyens simples pour accomplir leurs tâches quotidiennes. Par conséquent, la vie moderne nécessite beaucoup de contenu. Chaque jour, les gens créent de nouveaux contenus pour leurs comptes de réseaux sociaux, leurs e-mails, leurs projets professionnels et bien plus encore. C'est un cycle sans fin. Par conséquent, vous devrez trouver des moyens de produire rapidement du contenu afin de répondre aux besoins toujours croissants du consommateur moderne.

Il existe de nombreuses façons de créer du contenu sans réfléchir ; vous avez juste besoin d'un ordinateur et d'un accès Internet. Vous pouvez créer de nouveaux contenus en générant des idées sur les réseaux sociaux ou en recherchant en ligne des sujets pertinents. Vous pouvez également trouver des blogs et des sites Web intéressants qui contiennent des informations que vous pouvez utiliser dans vos articles de blog ou un outil de curation. Toutes ces informations sont facilement accessibles et permettent à quiconque de produire un contenu de qualité sans trop y réfléchir au préalable.

Pourquoi cibler ?

Une fois que vous avez vos idées, vous pouvez facilement accéder à de nombreuses informations et créer un contenu de haute qualité pour votre blog ou votre site Web. Votre public cible sera beaucoup plus heureux si votre contenu est ciblé sur ses besoins et ses intérêts. De nombreux consommateurs modernes ont une boîte de réception remplie d'e-mails qu'ils doivent gérer quotidiennement. Assurez-vous donc que les lignes d'objet de vos e-mails sont pertinentes par rapport au sujet que vous ciblez. Cibler le bon public permet à vos abonnés de trouver plus facilement ce qu'ils recherchent sur votre blog ou votre site Web. Cela vous permet de créer beaucoup plus facilement une base de fans engagée qui fera la promotion de votre matériel en ligne et hors ligne.

UN BON CIBLAGE



Il est également important que vous trouviez le bon créneau pour votre blog ou votre site Web. Si vous choisissez le mauvais créneau, personne ne visitera votre site ni n'interagira avec votre contenu, ce qui rend très difficile la construction d'un public pour vous-même. Il existe de nombreux sous-genres de blogs ; certains exemples incluent les blogs de fitness, les blogs d'entreprise, les blogs de finances personnelles, etc. Chacun d'eux compte des centaines de milliers d'utilisateurs mensuels qui s'intéressent à des sujets similaires. Par exemple, de nombreux amateurs de fitness veulent des articles sur la nutrition et les routines d'exercices ; cela ramène beaucoup de trafic vers les blogs de fitness. Pour trouver le bon créneau pour votre blog ou votre site Web, consultez les blogs populaires du genre concerné pour voir quels sujets génèrent le plus de trafic en premier.

Comment partager un contenu ?



Il est bien de partager du contenu mais encore meilleur de partager un contenu bien référencer en respectant les règles SEO. Par exemple pour promouvoir votre nouveau contenu sur les plateformes de médias sociaux comme Facebook et Twitter, utilisez des hashtags liés au sujet de chacun article que vous publiez. Tous les sites Web de médias sociaux répertorient les hashtags tendance sur leurs pages d'accueil ; cela permet aux utilisateurs de trouver facilement des sujets pertinents pour leurs mises à jour sociales quand ils le souhaitent ! L'application de ces tendances garantit que vous recevez plus d'exposition des hashtags populaires que tout autre compte publiant sur des sujets similaires ! De plus, la plupart des sites Web de médias sociaux vous le permettent facilement.



Imaginer un outil capable de vous éviter toutes ses étapes et le stress qui suit ? Un outil qui vous fait gagner en temps ? Un outil qui se charge de tout, bien et à l'heure ? Un outil qui vous permet de passer du temps avec votre famille ?