



Parcours : RÉDACTION WEB

Module : La typologie des
contenus rédactionnels

Projet 2 - Typologie des contenus

*Tous vos travaux devront être déposés sur votre
compte Github*

I - Introduction

Repository Name: SAYNA-REDACWEB-PROJET2

La totalité de vos fichiers, qu'importe le format, doivent être inclus dans votre livraison dépôt Github.

II - Objectif

On oublie trop souvent lorsqu'on navigue sur internet que tous les textes et les articles sont importants à la fois pour le référencement naturel du site, mais également pour la clarté et la compréhension du contenu.

Cette activité a pour objectif de vous initier à la rédaction web. Ainsi, vous aurez des propositions de bonnes pratiques et des activités pour exercer votre écriture. En aiguisant votre écriture vous développez vos compétences de rédacteur.

III - Consignes

Pour réaliser ces activités, vous pouvez utiliser un éditeur de texte de votre choix (Word, Google Doc ou autres) et copier les éléments dont vous aurez besoin dans votre document.

Avec ce genre d'activité, le format du rendu du document à préconiser est le PDF.

Pensez donc à changer le format de votre document.

Le rendu des activités se fera sur Github (comme pour les projets précédents) en respectant impérativement la nomenclature suivante et en utilisant qu'un seul dépôt :

SAYNA-REDACWEB-PROJET2

⚠ Si la nomenclature n'est pas respectée, le projet ne sera pas pris en compte lors de la correction et l'évaluation ⚠

⚠ Pensez à mettre votre dépôt en "Public". Le projet ne sera pas corrigé si le dépôt se trouve en "Privé" ⚠

IV - Énoncé

Le but de ces exercices est de vous faire assimiler les concepts de base de chaque type de contenus qu'un rédacteur Web peut être amené à écrire, en repérant notamment sur le Web des exemples inspirants à suivre puis en rédigeant directement certains types de contenu.

Il est nécessaire de revoir le cours « *Typologie des contenus* » avant de commencer ces exercices.

IV.1 - Créer un portfolio d'exemples de types de contenus de référence

Créer un portfolio (avec Powerpoint par exemple) comprenant des exemples inspirants de contenus rédactionnels. Ce document pourra vous servir de référence si l'on vous demande de rédiger un type de contenu spécifique.

En guise de correction, vous sont proposés des liens vers des articles où vous trouverez des exemples correspondant au travail attendu. Outre des informations très utiles à de futurs rédacteurs qu'il est vivement conseillé de lire dans leur intégralité, ces articles sont déjà en eux-mêmes d'excellents exemples de contenus optimisés pour le référencement.

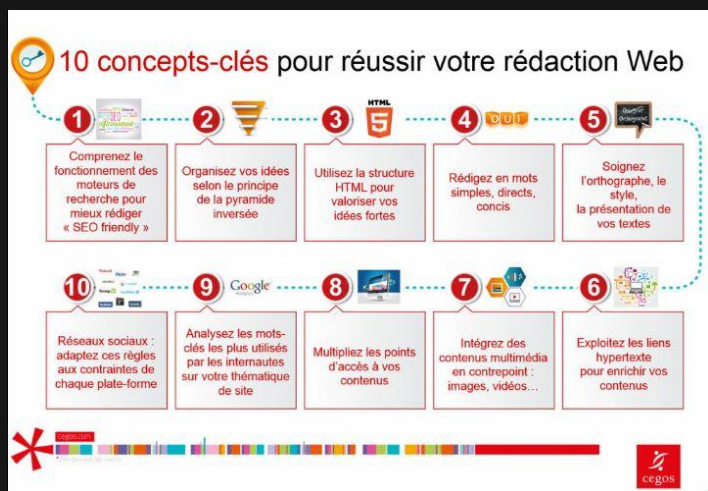
Consigne : En parcourant le Web, trouvez un exemple pertinent :

- a. d'un article de blog bien rédigé et avec une structure adaptée au référencement naturel sur la rédaction Web (S'assurer que l'article respecte les concepts énoncés dans le cours sur le titre principal, le chapô, les images ou illustrations, le développement avec sous-titres et conclusion, la pyramide inversée et les call-to-action)

Exemple : <https://alineredactionweb.fr/trouver-des-sources-fiabiles-en-redaction-web>

J'ai travaillé sur l'article du blog DIGITAD, ayant pour titre Rédaction web : votre guide complet pour rédiger sur le web en 2023. Cet article est consultable en suivant ce lien <https://digitad.ca/guide-redaction-web/>

Vous trouverez le powerpoint dans la livraison GitHub. Mais ci-après en image quelques extraits.



Rédaction web

La rédaction web est une pratique d'écriture destinée à produire du contenu pour un site web.

L'objectif est de créer des textes qui répondent aux besoins des utilisateurs, tout en étant optimisés pour les moteurs de recherche.

> Digitad

Préparation à la rédaction

Définir son persona

Comprendre les besoins et le comportement en ligne de vos lecteurs

Identifier les requêtes de son persona sur Google pour choisir ses mots-clé

Faire une étude de mots-clés

Choisir le sujet et le format

Sélectionner les sujets pertinents et choisir le format (page produit, blog)

Organiser son texte de manière logique et préparer ses sources (images, liens...)

Établir la structure

> Digitad

b. Un communiqué de presse qui respecte les éléments vus dans le cours

Exemple : dossier image ⇒ Rédaction Web - Exemple de communiqué de presse

J'ai trouvé deux exemples de Communiqué de Presse respectant les éléments vu dans le cours.

Vous trouverez le powerpoint dans la livraison GitHub. Mais ci-après en image quelques extraits.

**PARALLÈLES
PAR PARIS MUSÉES**
10 INSTAGRAMEURS
RÉINTERPRÈTENT
10 ŒUVRES DES MUSÉES
DE LA VILLE DE PARIS

À l'occasion du lancement de la plateforme des collections des musées de la Ville de Paris, 10 Instagrameurs s'approprient 10 œuvres diffusées en ligne et exposent leurs créations dans la gare Saint-Lazare à Paris, du 11 mai au 31 juillet 2016.

Des collections accessibles à tous

Le 4 mai 2016, Paris Musées a lancé parismuseescollections.paris.fr, une plateforme qui ouvre les collections des musées de la Ville de Paris à tous ceux, experts, amateurs ou simples curieux, en France et à l'étranger qui s'intéressent à l'art, à l'histoire, à la littérature... bien au-delà des seuls visiteurs potentiels des musées.

Instagram, pour parler d'Art à chacun

Plateforme de l'image par excellence, Instagram est le réseau social dont l'audience a la plus forte affinité avec l'art et l'esthétique : chaque utilisateur aiguisé sa sensibilité créative à l'aide des filtres et autre fonctionnalités. Certains artistes ont même « pris leurs quartiers » sur ce réseau. C'est donc naturellement qu'Instagram a été choisi pour le dispositif avec pour hashtag #ParrallèlesParisMusées.

Parallèles opère la rencontre des musées et des Instagrameurs


10 Instagrammeurs aux styles et univers différents collaborent ainsi avec les musées de la Ville de Paris et se confrontent à 10 œuvres avec pour seule consigne créative de les réinventer. Photographes, blogueuse mode ou YouTubeur-humoriste, chaque Instagrammeur exploite son univers et exprime son affinité ou son décalage avec l'œuvre originale.




c. Une fiche produit claire, avec un visuel attractif et suffisamment de texte pour le SEO


Exemple :


<https://www.majory-cubizolles.fr/blog/manque-dinspiration-10-exemples-de-fiches-ts/>




LA BARONNIE
BARON PHILIPPE DE ROTHSCHILD


[Rechercher un vin, une appellation ...](#)



[Retrouver Mon offre courriel](#)


[Mon Compte](#)


[Mon Panier](#)

[La Bélière 2018](#)
[Bordeaux](#)
[Les Vins du Monde](#)
[Languedoc](#)
[Les Champagnes](#)
[Panachés](#)

[Accueil](#) /
 [Grands vins](#) /
 [Bordeaux](#) /
 [Collections](#) /
 [Sélection Agneau](#) /
 [Sélection Agneau Rouge 2017](#)



Sélection Agneau

Bordeaux 2017

Rond et Élegant

Un nouveau millésime fruité et très équilibré présentant un bouquet aromatique riche et délicat.


- Contenant : 75 cl
- Savours : 2020-2022
- Dégustation : 13,0% Vol.
- Degré d'alcool :

120,00 €

Seul 10,00 € la bouteille

12 Bouteilles

Ajouter au panier


 **LIVRAISON OFFERTE**
Sous 10 jours ouvrés

Satisfait ou Remboursé
Paiement sécurisé

Ref : 9099


DÉGUSTATION	CÉAGES	MILLÉSIME	APPELLATION
<p>Notes de dégustation :</p> <p>La robe : D'un grenat intense et brillant.</p> <p>Le nez : Le premier nez s'exprime sur des notes de fruits rouges (arômes, myrtille) accompagné d'une pointe de caramel. À l'aération on retrouve des fruits plus mûrs comme de la mûre et de la cerise.</p>			

[MONTRES](#)
[BRACELETS](#)
[ACCESSOIRES](#)



[PRÉ-CONSEIL](#)
[BOÎTE À OUVRIER](#)


[LA SULLY - OR ROSE](#)



LA SULLY - OR ROSE

€145,00


FAITES VOTRE CHOIX



AJOUTER AU PANIER

Destinée, conçue et assemblée en France, cette montre femme incarne parfaitement l'esprit de la maison avec ses lignes épurées, au design à la fois élégant et contemporain.

INFORMATION	ENGAGEMENTS	LIVRAISON
<p>Made in France : Assemblée en France</p> <p>Diamètre du boîtier : 30mm</p> <p>Épaisseur : 6,5mm</p> <p>Largeur bracelet : 14mm</p> <p>Cadrant : Champagne</p> <p>Boîtier : Acier 316L, poli</p> <p>Mouvement Quartz : Mouvement Citizen Miyota GL30</p> <p>Qualité du verre : Mineral</p> <p>Étanchéité : 3ATM</p> <p>Garantie : 24 mois</p>		



Suivez-nous sur

d. Un livre blanc (il faudra le télécharger gratuitement) qui répond de manière fluide et complète à la problématique posée et qui présente une mise en page agréable

14 exemples : <https://visme.co/blog/fr/livre-blanc/>

Comprendre et étudier SES DONNÉES

Savoir à qui on parle, et pourquoi, est la première étape d'une stratégie Content Marketing réussie.

Le Data Driven Content Marketing consiste à combiner les chiffres et les lettres (oui, un peu comme Laurent Romejko). L'objectif ? Exploiter vos data pour créer une stratégie de contenu qui correspond à votre cible et à vos enjeux.

Pour ne pas vous perdre dans les montagnes de données que peuvent fournir tous les outils d'analyse, il est tout d'abord nécessaire de définir vos objectifs, et de leur associer les bons KPIs. Ainsi, vous êtes sûrs de ne cibler que les internautes qui vous intéressent vraiment !

Vient ensuite le temps de la récolte des données. Vous pouvez alors récolter des données offsite (= des données non liées à votre site lui-même, mais plutôt

au marché) : analyse des volumes de recherches, étude des SERP, des positions 0, des rich snippets, des PAA, de la visibilité Google Ads, etc. Mais également analyser des éléments onsite (= des données liées à votre site) : des comportements sur Google Analytics, l'indexation et le positionnement via Google Search Console, etc. Autant d'informations qui permettent de prioriser les mots-clés stratégiques, et de leur associer des intentions utilisateurs fiables. Mais attention ! Il n'y a pas de recette magique et la data pertinente à récolter ne sera pas la même dans tous les secteurs.

Une stratégie de Content Marketing appuyée sur la data offre une fondation solide et une orientation claire à tous les contenus qui seront créés par la suite. Alors, ne la négligez pas !



Conseil :

Pensez à croiser vos propres données (personae, produits les plus vendus, etc) avec les données des SERP pour obtenir des data personnalisées et 100% adaptées à votre site.

57%

des entreprises ayant adopté une stratégie de Data Driven Content Marketing ont vu leur chiffre d'affaires augmenter !*

Écrire moins CIBLER PLUS

Identifier derrière chaque contenu :



Data Driven et Slow Content : LE DUO GAGNANT !

Cibler plus pour écrire moins ! Le Slow Content consiste à produire du contenu détaillé et expert afin d'approfondir réellement un sujet. Via sa mise à jour d'algorithme Google E.A.T ("Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness" - expertise, autorité, crédibilité), c'est exactement ce vers quoi Google tend. L'objectif ? Rédiger moins de petits articles, mais plus de dossiers complets qui deviendront une vraie référence pour les internautes, et pour Google. En associant Data Driven et Slow Content, votre contenu a de meilleures chances de performer, quel que soit le levier utilisé (SEO, Native Ad, Réseaux sociaux, etc.) !

* Source : <https://www.slideshare.net/contently/25-needtoknow-marketing-stats/2-DATA-DRIVEN-MARKETING-LEADS-TO-BETTER-CONVERSION-RATES-FORM-25>

Content journey 11

Sommaire

Penser avant d'agir :
tout commence par une stratégie claire

5

La production de contenu :
pilier du Content Marketing

25

"Test & learn":
mesurer ses actions de Content Marketing
pour s'adapter

41

Conclusion

48

Une stratégie de Content Marketing est-elle pertinente pour votre entreprise ?

La réponse courte est oui,
que votre marché soit BtoC ou BtoB.

Il est plus que pertinent de démander une stratégie de contenu digitale. Pour vous en convaincre, comparons-la à un autre canal d'acquisition : la publicité en ligne (Google Ads, Social Ads et autres bannières).

Admettons que vous utilisiez la publicité Facebook pour générer des leads chaque mois. Vous souhaitez optimiser votre publicité en y incluant un livre blanc à télécharger gratuitement. Votre CPC (coût par clic) est de 2 €. À la fin du mois, vous avez réussi à générer 1 000 leads qualifiés en dépensant 10 000 €. Plutôt correct. Mais que faites-vous le mois prochain ? Vous continuez d'investir 10 000 €. Et ainsi de suite.

Prenez maintenant le cas d'un article de blog à propos de ce même livre blanc.

À la fin de cet article, vous proposez un formulaire pour le télécharger et le consulter. Pour simplifier, le taux de conversion visiteur - lead reste le même (2%). Cela signifie que pour 100 visites sur votre article, vous obtenez deux leads. Mais il n'y a plus aucun investissement à faire désormais (ressources, temps et argent). Moins après mois, votre article continuera à générer du trafic et des leads. Et nous venons de prendre l'exemple d'un seul article de blog !

Il n'y a pas une méthode à privilégier plus qu'une autre. Généralement, nos clients diversifient leurs actions. La multiplication des techniques et des canaux marketing permettent d'augmenter votre visibilité et la portée de vos contenus auprès de vos cibles.

Quels types de contenus souhaitez-vous créer ?

Il existe un grand nombre d'options lorsqu'il s'agit de produire du contenu. Encore une fois, en fonction de vos objectifs et des ressources disponibles, vous allez devoir prioriser les types de contenus.

Découvrez les principaux types de contenus qu'il est possible de créer.

Articles



Il est fort possible que vous ayez téléchargé ce guide après la lecture de l'un de nos articles.

L'objectif est simple : attirer de nouveaux visiteurs. C'est pourquoi la publication de ce type de contenu doit se faire sur une base régulière pour créer une habitude et inciter les visiteurs à revenir.

Comment se démarquer de tous les articles déjà publiés sur le web sur le même sujet que le vôtre ? C'est en prenant un angle différent et en y ajoutant des exemples concrets que vous apporterez plus de valeur. Les visiteurs auront le sentiment d'avoir appris quelque chose et seront plus nombreux à partager vos articles.

26

e. Les publications engageantes (nombre d'abonnés, likes, commentaires) d'une marque sur au moins 2 réseaux sociaux différents

Exemples :

<https://www.verticalstation.com/blog/5-marques-qui-savent-etre-originales-sur-les-reseaux-sociaux>



The image shows a Facebook post from the page 'Cyrillus'. The post features a large, vibrant image of the Harry Potter Studio Tour in London, with the text 'THE MAKING OF Harry Potter' and 'CONCOURS À GAGNER' overlaid. The contest details are as follows:

- CONCOURS À GAGNER**
- 1 VOYAGE À LONDRES**
- + 4 PLACES POUR LE STUDIO TOUR**

The post text reads: 'Bravo à l'heureuse gagnante Héliane Bouissière. Pour les autres participants, ne soyez pas trop déçus, nous prévoyons d'autres jolies surprises et jeux prochainement. Pour célébrer la collection Harry Potter, jouez à notre jeu concours. Aujourd'hui un voyage à Londres et 4 places pour le Studio Tour sont à gagner ! ... Afficher la suite - avec Mathieu Agnus.'

The post has 36 K likes, 21 578 shares, and 105 K comments. Two comments are visible:

- Imane Djebaili: 'Je participe au concours ! J'aimerais bien emmener Anissa Djebaili pour ses 18ans le 29 février ça se fête ! Elle adore Londres et n'a encore jamais vu les studios, ça sera le moment pour elle de réaliser un de ses rêves, et je pense qu'elle le mérite ... Voir plus'
- François Czx Chaudddddd: 'bouillant pour gagner Distribution d'avada kedavra si on gagne'



The image shows an Instagram post from the account 'amoureuxdumonde'. The post features a large, scenic image of Seitan Limania Beach in Crete, Greece, with a person jumping into the turquoise water. The post text reads: 'Nous adorons les criques, bien plus calmes et sauvages que les plages ! D'autant plus quand l'eau est cristalline comme celle-ci Qui a déjà visité la Crète et/ou Santorin ? N'oubliez pas que vous avez un article dédié à ces destinations sur le blog et que les mois de septembre et octobre sont parfaits en terme de météo et d'affluence'

The post includes the following hashtags: #crete #visitgreece #travelcouple #voyageur #voyageuse #plage #voyage #paysage #grece #crique #seitanlimania #saut #criques

The post has 4 440 likes and was posted on 20 AOÛT.

f. Une foire aux questions sur un logiciel/une application de votre choix qui répond clairement aux questions et apportent une solution éclairante

Exemple : <https://fr.semrush.com/blog/modele-faq/> (les exemples se trouvent à la fin mais l'article mérite d'être lu dans son intégralité.)

NOS PRODUITS

L'offre de produits McDonald's

- Comment connaître les produits disponibles ?
- Quelles sont les valeurs nutritionnelles des produits McDonald's ?
- Où pouvez-vous trouver les informations qui concernent les allergènes ?
- Quelle est l'offre Veggie chez McDonald's France ?
- L'offre Happy Meal est-elle adaptée aux besoins d'un enfant ?

Notre charte qualité

- Comment garantissons-nous la qualité des produits proposés en restaurant ?
- Comment garantissons-nous une hygiène irréprochable en restaurant ?
- Quelle huile de friture utilisons-nous ?
- D'où provient notre viande de bœuf ?

NOS MESURES SANITAIRES

COVID - 19 : Nos mesures préventives

g. Une newsletter qui vous a donné envie de la lire jusqu'au bout ou de cliquer sur (s'abonner à différentes newsletter)

Exemple : <https://blog.hubspot.fr/marketing/newsletter-exemple>

STYLISTE COLLECTIVE

La parole officielle de la mode et des idées stylistiques



12.03.2019

MARCELINE
ANDERSON

La mode, un art de penser

ECRIT PAR MARCELINE ANDERSON

La mode est un art de vivre, de penser, et d'aimer. Si on en voit les défilés et les podiums, les couleurs, les textures, les tendances, les visages déambulent comme autant de cartes du monde et des sentiments. Cette année le minimalisme côtoie l'extravagance et les frous frous en passant par les brillances orientalisantes. Tous les continents, tous les styles investissent les tissus, les accessoires et les idées. Un bonheur pour le public et les journalistes qui ne tarissent pas d'éloges sur ces portes créatives qui s'ouvrent à l'originalité et s'inspirent de l'Afrique, de l'Asie et même de l'Amérique latine. Un bonheur à l'état pur, de la création à l'état brut mais dentelée. On adore.

IV.2 - Création d'un blog personnel Consigne :

En mobilisant les connaissances acquises préalablement au cours de votre formation, vous allez créer votre blog personnel via le site Wordpress (<https://wordpress.com/fr/>). Il s'agit du site gratuit de référence pour la création et la diffusion de blogs. Vous trouverez des tutoriels sur le site et sur Youtube pour vous aider mais cette solution a été conçue pour simplifier la création d'un blog et ne devrait pas vous poser de problèmes à ce niveau de votre formation. Ce blog est totalement libre. Il pourrait toutefois vous servir à montrer vos talents à de futurs potentiels clients, il serait donc judicieux de lui donner un aspect professionnel et de choisir une thématique assez large pour que vous puissiez exprimer toute l'étendue de votre savoir-faire.

Pour vous inspirer, partez à la découverte de blogs passionnants sur Internet et imitez ce qui fait leur force tout en apportant votre touche personnelle.

1. Rédiger le texte de présentation de votre blog. Il doit donc être concise (300 mots maximum) mais donner envie d'approfondir la découverte de votre blog.

Comtes et Fées



Je suis Gaëlle Tahinah, une jeune passionnée d'écriture vivant à Madagascar. Je serai celle qui partagera avec vous sur ce blog de belles histoires de contes de fées, des contes d'épouvantes, des aventures de pirates perdues en mer à la recherche d'un trésor et des recueils de poèmes à vous faire rêver.

Bienvenue sur mon blog Comtes et Fées! Dans une immense joie, je vous partage ici les extraits de mes plus belles plumes. Je vous invite donc à visiter avec moi la merveilleuse vallée des fées où tout est beau, tout n'est que poussière d'or et magie. Amoureux d'histoires d'épouvantes, les vampires, zombies et sorcières vous attendent pour des aventures à vous en donner froid dans le dos. En pleine mer, nos pirates et moussaillons lèvent l'ancre pour dénicher les trésors les mieux cachés du fin fond des océans.

Comtes

£

Fées

Retrouvez le plaisir de la lecture, en famille ou entre amis, au salon ou dans un beau jardin et évadez-vous dans nos histoires vers un merveilleux monde imaginaire. Lire permettra également à vos enfants d'apprendre de nouvelles choses et les formera à développer leur vocabulaire et leur expression orale. Contribuez à votre développement personnel et égayez votre esprit au plaisir de la lecture avec nos contenus riches et variés. Avec Comtes et Fées, apprenez à connaître le bien et le mal, sans oublier que dans la vie rien n'est vraiment tout blanc ou tout noir et que les gentils et les méchants peuvent aussi bien coexister dans un élan de paix.

Tous les textes, sauf mention contraire, sont la propriété de Comtes et Fées. Toute reproduction, publication ou utilisation sur le web, est interdite sans autorisation préalable écrite de l'auteur. L'interdiction vaut également pour le téléchargement de fichiers. Si vous souhaitez utiliser une des œuvres présentes sur le site, n'hésitez pas à prendre contact avec moi et m'expliquer l'usage que vous comptez en faire.



Comtes Et Fées



Comtes et Fées



Comtes

£

Fées

Je suis Gaëlle Tahinah, une jeune passionnée d'écriture vivant à Madagascar. Je serai celle qui partagera avec vous sur ce blog de belles histoires de contes de fées, des contes d'épouvantes, des aventures de pirates perdues en mer à la recherche d'un trésor et des recueils de poèmes à vous faire rêver.

Bienvenue sur mon blog Comtes et Fées! Dans une immense joie, je vous partage ici les extraits de mes plus belles plumes. Je vous invite donc à visiter avec moi la merveilleuse vallée des fées où tout est beau, tout n'est que poussière d'or et magie. Amoureux d'histoires d'épouvantes, les vampires, zombies et sorcières vous attendent pour des aventures à vous en donner froid dans le dos. En pleine mer, nos pirates et moussaillons lèvent l'ancre pour dénicher les trésors les mieux cachés du fin fond des océans.

Retrouvez le plaisir de la lecture, en famille ou entre amis, au salon ou dans un beau jardin et évadez-vous dans nos histoires vers un merveilleux monde imaginaire. Lire permettra également à vos enfants d'apprendre de nouvelles choses et les formera à développer leur vocabulaire et leur expression orale. Contribuez à votre développement personnel et égayez votre esprit au plaisir de la lecture avec nos contenus riches et variés. Avec Comtes et Fées, apprenez à connaître le bien et le mal, sans oublier que dans la vie rien n'est vraiment tout blanc ou tout noir et que les gentils et les méchants peuvent aussi bien coexister dans un élan de paix.

Tous les textes, sauf mention contraire, sont la propriété de Comtes et Fées. Toute reproduction, publication ou utilisation sur le web, est interdite sans autorisation préalable écrite de l'auteur. L'interdiction vaut également pour le téléchargement de fichiers. Si vous souhaitez utiliser une des œuvres présentes sur le site, n'hésitez pas à prendre contact avec moi et m'expliquer l'usage que vous comptez en faire.



2. Rédiger le premier article de votre blog en fonction de la thématique de celui-ci. Cet article devra répondre aux exigences actuelles d'un article pour le Web (SEO, pyramide inversée...) et comporter au moins 500 mots.

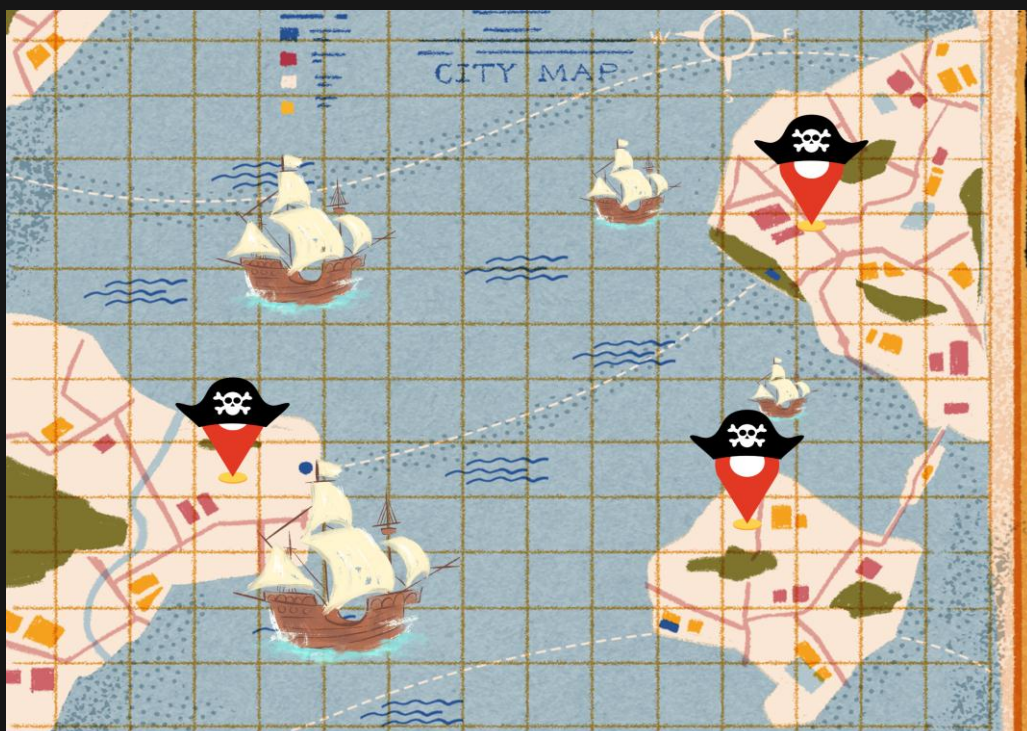
Le trésor perdu de Labigorgne

Huit maladroits moussaillons menés par le Capitaine Salamandre naviguèrent à la recherche d'un trésor. Ils passèrent presque une année sans avoir trouvé la moindre pépite d'or et leur provision commencèrent à s'épuiser. Salamandre déçu par son équipage qui ne pensait qu'à s'amuser, boire du rhum et festoyer s'écartait seul en haut dans ses quartiers.



Pendant ce temps-là, sur le pont, un bruit assourdissant survint, Mouche le guetteur et Moustique matelot fidèle, se disputèrent une bouteille de vieux rhum. Rends-moi ma bouteille merlan avarié ou je te jette aux requins s'exclama Mouche vert de colère. Viens la chercher si tu l'oses le poisson perroquet, rappliqua Moustique je vais le ramener à notre capitaine. Cela fait des mois que l'on navigue sur ce navire qui tombe en épave à la recherche d'un trésor et toi tu caches une carte dans ta bouteille, quel genre de pirates es-tu donc ? Mouche répondit : « ce trésor m'appartient. Cette carte est dans ma famille depuis des lustres et si ce vieux Salamandre sans queue le trouve, il ne le partagera même pas à part égale alors rends-moi ma carte ». Capitaine ! Capitaine ! cria Moustique en courant et les deux hommes coururent partout dans le bateau en faisant tout tomber. Salamandre : « Arrêtez-moi ce boucan, n'avez-vous pas marre de votre **tintamarre** ? On vous entend jusqu'au bout des océans ! ». **Médusé** par le son de sa

voix, les deux matelots arrêterent de courir. Moustique : « Je ne savais pas que l'océan avait un bout Capitaine ». Salamandre : « Silence ! Ou je vous jette aux requins » Mouche : « **Kaï** !venant de vous c'est un compliment, vilain capitaine que vous êtes ». Salamandre : « un mot de plus et vous sautez de mon navire ». Mouche : « votre navire qui tombe ? ». Tous les autres matelots se mirent à rigoler. Salamandre : « insolent ! As-tu oublié que j'étais ton capitaine ? Tu me manques de respect Mouche » Mouche : « non, mais la vérité c'est la vérité et le bateau il tombe vraiment en ruine ». Moustique : « Capitaine, Mouche avait sur lui, cette carte, celle d'un grand trésor, je l'ai entendu rêvasser avec son Perroquet ». Salamandre, pris la bouteille et l'ouvrit rapidement et déroulait la carte devant toute l'équipage.



Ebaubi par son contenu, il resta sans voix pendant un bout de temps puis cria : « **Saperlipopette** ! C'est le trésor de Labigorgne, Bénis sois-tu Poseïdon, avec ce trésor, je m'achèterai un navire, le plus beau de l'Océan et je partirai aux caraïbes » Mouche : « je te l'avais bien dit Moustique que ce lézard ne partagera pas mon trésor et bien tu l'as bien cherché, tu réfléchiras à deux fois avant de **divulguer** la prochaine fois ». Salamandre : « vous aurez votre part, mais en tant que Capitaine, j'aurai la plus grosse part du butin ». Mouche se mit alors à **farcir** toute la bande : « il n'y a pas que l'océan qui est rempli de requins les gars, et nous pauvre sardines, dans l'eau on se fera manger par ses semblables ici sur son bateau, on finira à sa table »

À très vite pour la suite de l'aventure,

IV.3 - Rédaction de contenus

➤ (Comme tout bon rédacteur Web, n'hésitez pas à chercher l'inspiration via de bons exemples sur Internet avant de vous lancer dans la rédaction)

1. Rédiger une fiche produit originale sur une huile issue de l'agriculture biologique qui a des effets anti-âge. Vous êtes libre du ton et du type de texte à employer mais gardez à l'esprit qu'une fiche produit doit être synthétique et concise et avoir pour objectif principal de donner envie d'acheter le produit.

Exemple : <https://www.afineo.com/comment-faire-une-fiche-produit/>



2. Pour l'application [nom de l'application que les étudiants utilisent pour étudier], imaginer 3 questions que des étudiants pourraient se poser sur son utilisation et répondez-y. Rédiger les questions et les réponses à apporter. Chaque réponse doit faire 150 mots minimum.

Je vais travailler sur l'appli Canva.

✓ Qu'est-ce que l'appli Canva ?

Canva est un outil qui permet de créer différents types de design, à partir d'une bibliothèque de Templates et d'éléments mis à votre disposition sur la plateforme. Vous pouvez par exemple créer des publications pour les réseaux sociaux, des flyers et affiches,

des diaporamas, des mockups, des vidéos,... L'utilisation de Canva peut se faire dans un cadre personnel ou professionnel, et sa prise en main est largement accessible aux néophytes.

Canva existe sous un forfait gratuit, qui donne accès à de nombreux modèles, photos et illustrations. Pour des besoins plus importants, vous pouvez profiter d'un abonnement mensuel individuel ou d'un forfait par équipe.

✓ **Comment travailler sur Canva ?**

Lorsque vous débutez sur Canva, vous accédez à une page d'accueil qui propose une vue d'ensemble des différents supports que vous pouvez réaliser. La barre de recherche centrale vous permet d'accéder rapidement aux modèles ainsi qu'à vos projets. Dans le menu latéral situé à gauche de votre écran, vous trouverez différents onglets qui vous aideront à vous orienter :

- **Modèles** : pour accéder à l'ensemble des templates disponibles et bénéficier de tous les formats disponibles ;
- **Projets** : pour voir l'ensemble des projets réalisés, ainsi que les vidéos et images ;
- **Marque** : pour configurer les identités visuelles à partir de logos, couleurs, polices ;
- **Planificateur** : pour les utilisateurs de Canva Pro. Il permet de programmer la publication des designs sur réseaux sociaux ;
- **Applis** : qui donne accès aux nombreuses applications disponibles sur Canva ;
- **Smartmockups** : pour mettre en scène les produits et créer des maquettes personnalisées.

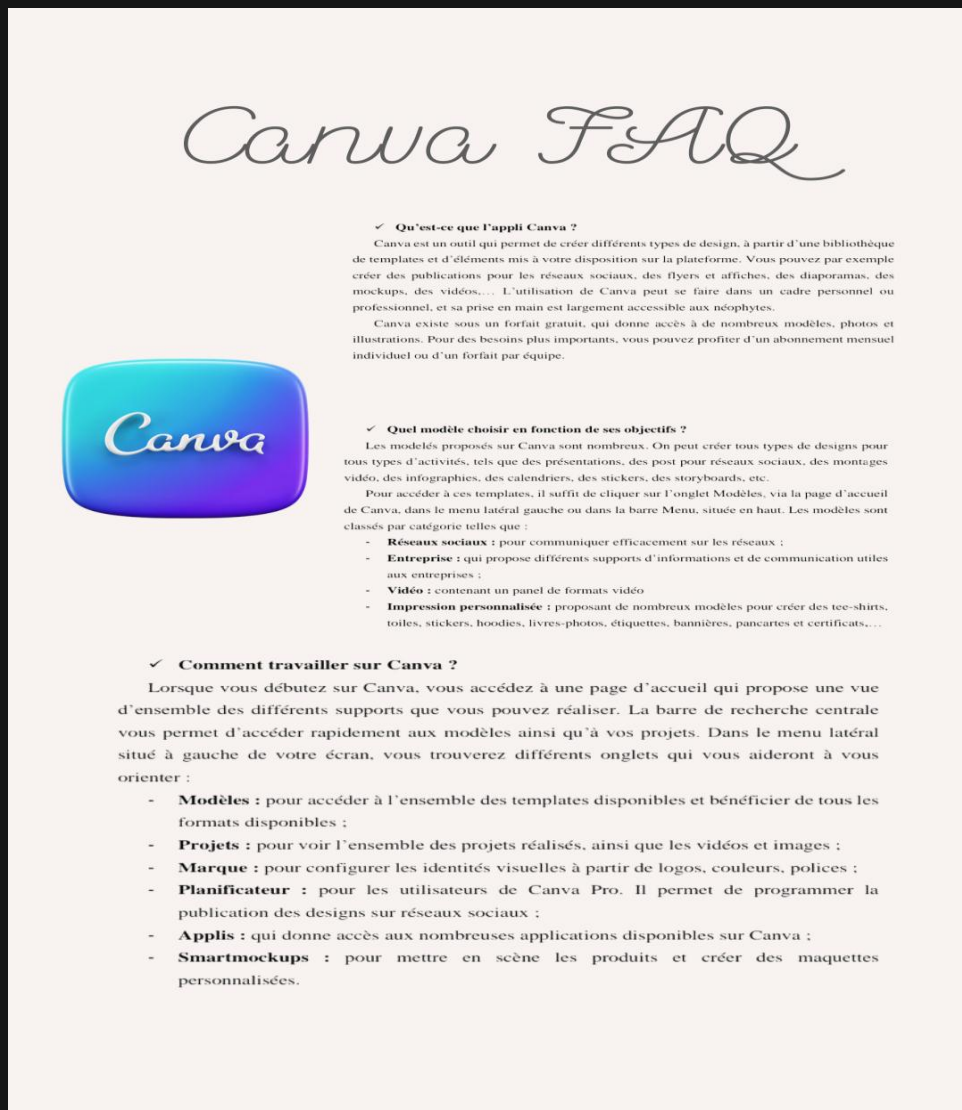
✓ **Quel modèle choisir en fonction de ses objectifs ?**

Les modèles proposés sur Canva sont nombreux. On peut créer tous types de designs pour tous types d'activités, tels que des présentations, des post pour réseaux sociaux, des montages vidéo, des infographies, des calendriers, des stickers, des storyboards, etc.

Pour accéder à ces templates, il suffit de cliquer sur l'onglet Modèles, via la page d'accueil de Canva, dans le menu latéral gauche ou dans la barre Menu, située en haut. Les modèles sont classés par catégorie telles que :

- **Réseaux sociaux** : pour communiquer efficacement sur les réseaux ;

- **Entreprise** : qui propose différents supports d'informations et de communication utiles aux entreprises ;
- **Vidéo** : contenant un panel de formats vidéo
- **Impression personnalisée** : proposant de nombreux modèles pour créer des tee-shirts, toiles, stickers, hoodies, livres-photos, étiquettes, bannières, pancartes et certificats,...



3. Une marque de voiture européenne milieu de gamme, vous charge de la rédaction d'un communiqué de presse pour indiquer que la marque lance sa commercialisation dans un nouveau pays. Elle a décidé de lancer de nouveaux modèles de voiture dans ce pays en 2024

puis de les vendre à l'international. Le but de communiquer est aussi d'expliquer les raisons économiques et commerciales de ce choix.

Contraintes : 300 mots maximum

Exemple : Exercices ⇒ Images ⇒ Rédaction Web - typologie des contenus – modèle communiqué de presse Citroën

Je vais travailler sur la marque de voiture familiale à 7 places DACIA JOGGER

DACIA JOGGER, à la conquête de l'Amérique

La dernière gamme Dacia, la DACIA JOGGER étend son marche vers le continent américain. La marque Européenne a annoncé lors d'une présentation le 06 septembre dernier son projet d'extension de marché. De nouveaux modèles vont également être introduits et sont actuellement en cours d'élaboration, ainsi qu'une voiture écologique, la DACIA GREENJOGGER, une voiture hybride respectant l'environnement.

La Familiale à 7 places DACIA

Dacia Jogger est une voiture à places polyvalentes. Elle évoque le sport, la nature et l'énergie positive. Elle est représentée come une voiture familiale parfaitement adaptée aux activités de plein air. Dacia Jogger incarne l'esprit pragmatique et authentique de la marque et l'environnement «outdoor» de sa nouvelle identité. Deux ans après sa révélation au salon IAA de Munich en 2021, la marque a connu un succès en Europe et se décide maintenant à conquérir l'Amérique.

Avec ses 7 places, Dacia Jogger est le compagnon idéal des grandes familles. C'est une voiture polyvalente qui s'adapte très bien à vos sorties en pleine nature et vos courses en ville. Elle vous permettra de profiter de chaque instant de votre vie en famille car elle vous offre la possibilité d'être ensemble dans tous vos déplacements.

Pourquoi DACIA et pas une autre ?

Les voitures 7 places réinventées de Dacia sont considérées comme la deuxième voiture la plus vendue en Europe, avec 83 000 commandes et 51 000 immatriculations dans le monde depuis son lancement. En terme de prix, elle coûte 23 150€ à l'état neuf, contre 36 400 € pour une BMW familiale et 35 000 € pour une Citroën Berlingo. Alors à vous le choix, choisissez Dacia pour économiser sur votre portefeuille. Dacia Jogger figure parmi les voitures à 7 places les moins chères parmi les 56 modèles que l'on trouve.

DACIA JOGGER ÉTEND SON MARCHÉ VERS LE CONTINENT AMÉRICAIN

Samedi, 23 septembre 2023

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



DACIA JOGGER, à la conquête de l'Amérique

La dernière gamme Dacia, la DACIA JOGGER étend son marche vers le continent américain. La marque Européenne a annoncé lors d'une présentation le 06 septembre dernier son projet d'extension de marché. De nouveaux modèles vont également être introduits et sont actuellement en cours d'élaboration, ainsi qu'une voiture écologique, la DACIA GREENJOGGER, une voiture hybride respectant l'environnement.

La familiale à 7 places de DACIA

Dacia Jogger est une voiture à places polyvalentes. Elle évoque le sport, la nature et l'énergie positive. Elle est représentée comme une voiture familiale parfaitement adaptée aux activités de plein air. Dacia Jogger incarne l'esprit pragmatique et authentique de la marque et l'environnement «outdoor» de sa nouvelle identité. Deux ans après sa révélation au salon IAA de Munich en 2021, la marque a connu un succès en Europe et se décide maintenant à conquérir l'Amérique.

Avec ses 7 places, Dacia Jogger est le compagnon idéal des grandes familles. C'est une voiture polyvalente qui s'adapte très bien à vos sorties en pleine nature et vos courses en ville. Elle vous permettra de profiter de chaque instant de votre vie en famille car elle vous offre la possibilité d'être ensemble dans tous vos déplacements.



Pourquoi DACIA et pas une autre?

Les voitures 7 places réinventées de Dacia sont considérées comme la deuxième voiture la plus vendue en Europe, avec 83 000 commandes et 51 000 immatriculations dans le monde depuis son lancement. En terme de prix, elle coûte 23 150€ à l'état neuf, contre 36 400 € pour une BMW familiale et 35 000 € pour une Citroën Berlingo. Alors à vous le choix, choisissez Dacia pour économiser sur votre portefeuille. Dacia Jogger figure parmi les voitures à 7 places les moins chères parmi les 56 modèles que l'on trouve.

