

Parcours : RÉDACTION WEB

Module : Les techniques rédactionnelles

Projet 4 - Techniques rédactionnelles

Tous vos travaux devront être déposés sur votre compte Github

I - Introduction

Repository Name : SAYNA-REDACWEB-PROJET4

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 aider à maîtriser les différentes techniques rédactionnelles. 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-PROJET4

⚠ 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

Cet exercice de mise en situation qui se rapproche d'une commande réelle a pour objectif de vous faire revoir et utiliser les différentes approches abordées dans le cours de rédaction Web « Techniques rédactionnelles ».

Après avoir établi un persona type qui définira le ton de l'article et les informations qui devront y figurer, vous devrez préparer la rédaction de 3 articles puis les rédiger. Enfin, il vous sera demandé de vous servir de certains outils vus dans le cours pour vous familiariser avec leur utilisation.

IV.1 - Créer un persona

La startup **ShareContent** propose un outil de curation type Scoopit qui permet de trouver, créer et partager du contenu de façon automatisée. Cette solution

s'adresse donc en **priorité aux professionnels du marketing digital** (agence Web, service marketing ou communication d'une entreprise...) ou à ceux qui ont besoin de partager des informations avec un grand nombre d'individus (institution, réseau de franchisés).

Avant de passer à la phase de documentation et de rédaction, **vous devez définir votre persona :**

- Le persona est une méthode qui va prendre en compte la réalité des clients. A savoir qui ils sont, comment ils agissent, et quelles sont leurs attentes. Mais aussi ce qu'ils pensent, et préfèrent. Et cela doit se faire en comprenant ce qui différencie un Persona A du Persona B et C.
- Par exemple, ils sont tous employés dans des boutiques de décoration, ils ont une fréquence d'achat assez régulière et ils apprécient les mêmes parfums. Leurs besoins sont donc équivalents. Vous pouvez alors construire un seul et même persona qui représentera cet ensemble de cibles.

et votre cible secondaire



- La cible secondaire, aussi appelée cible périphérique, cible satellite ou encore cible relais fait référence aux leaders d'opinion. Par exemples : les Journalistes, influenceurs sur les réseaux sociaux et toute autre personne susceptible d'influencer un certain nombre d'individus se retrouvent donc dans la cible secondaire.

Même s'il s'agit d'un exercice d'imagination (sans bonne réponse ou mauvaise réponse type), veuillez à être cohérent.

Inspirez-vous des exemples vus en classe et soyez le plus précis et détaillé possible.

IV.2 - Rédiger 3 articles

En prenant en compte le persona créé pour adapter votre discours, vous devez maintenant passer à la rédaction de 3 articles dont les sujets vous sont fournis.

L'objectif est de faire connaître la solution **ShareContent** en intégrant des liens vers la « landing page » et vers le lien de téléchargement de la version gratuite (freemium). La difficulté réside dans le fait que l'article ne doit pas avoir un ton commercial ou faire la promotion ouverte ShareContent.

Appliquer la bonne méthodologie en cherchant d'abord les mots-clés puis en faisant une recherche de documentation efficace par rapport aux problématiques des 3 articles.

Intégrer des liens vers vos deux autres articles (maillage interne pour le SEO) et vers des articles d'autres sites (maillage externe).

Le nombre de mots de chaque article doit être compris entre 500 et 800.

Le ton et le style devront être cohérents avec la persona établie en amont.

- Sujet 1 : **L'importance du contenu pour développer le marketing de réseau**

Les internautes sont sans cesse dans l'attente de contenu pertinent et à forte valeur ajoutée. Ainsi, vous vous rendez crédible aux yeux de votre cible, ce qui vous servira à construire une relation avec elle.

De plus, le contenu permet de créer un lien entre vous et vos clients ou prospects.

2- Quel est l'importance du marketing de réseau ?

Le marketing de réseau permet de développer les interactions sociales. Les distributeurs travaillent en équipe, avec des personnes qui partagent les mêmes objectifs. Ils peuvent compter les uns sur les autres, ce qui peut constituer une véritable source de motivation.

3-Quels sont les avantages du marketing de contenu ?



Le principal avantage du marketing de contenu est qu'il permet de créer une relation de confiance et d'engagement avec les prospects, en leur offrant du contenu de qualité qui répond à leurs besoins et leur apporte une valeur ajoutée.

4- Quelles sont les astuces pour réussir le marketing de réseau ?

Voici 5 clés pour un marketing de réseau réussi.

1. Misez sur 1 produit/service. Concentrez-vous sur un produit ou un service de niche. ...
2. Mettez la formation au coeur de la relation. ...
3. La technologie au service de votre réussite. ...
4. Zoom sur le **marketing** d'influence. ...
5. La rémunération pour convaincre

5-L'importance d'être présent sur les réseaux sociaux pour une entreprise



Les médias sociaux ont radicalement transformé la manière dont les entreprises interagissent avec leur public. Dans le monde d'aujourd'hui, la présence sur les réseaux sociaux est devenue une nécessité pour toute entreprise cherchant à prospérer et à se développer.

. La visibilité et la notoriété de la marque

L'une des principales raisons pour lesquelles une entreprise doit être présente sur les réseaux sociaux est la visibilité accrue qu'elle peut obtenir. Les plateformes de médias sociaux telles que Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, comptent des milliards d'utilisateurs actifs dans le monde entier. Cela signifie que votre entreprise a la possibilité de toucher un public beaucoup plus large que par le biais des méthodes traditionnelles de publicité. Alors, votre entreprise peut gagner la confiance de ses clients potentiels et renforcer sa réputation.

. L'engagement de la clientèle

L'engagement de la clientèle est un aspect crucial de toute stratégie marketing réussie. Les réseaux sociaux offrent une plateforme idéale pour engager votre public cible. En interagissant avec vos abonnés, en répondant à leurs commentaires et en partageant du contenu pertinent, vous pouvez créer des relations plus fortes avec vos clients.

. La génération de trafic et de prospects

Les réseaux sociaux sont d'excellents canaux pour générer du trafic vers votre site web. En partageant du contenu de qualité et en incluant des liens vers votre site, vous pouvez diriger des visiteurs intéressés vers votre plateforme en ligne.

. L'établissement de l'autorité dans l'industrie

Être actif sur les réseaux sociaux permet également à votre entreprise de démontrer son expertise et d'établir son autorité dans son secteur d'activité.

. La surveillance et la gestion de la réputation

Sur les réseaux sociaux, les commentaires et les avis des clients sont visibles pour tous. Cela signifie que les problèmes et les préoccupations des clients sont rapidement exposés de manière appropriée aux problèmes, démontrant ainsi votre engagement envers la satisfaction du client.

- Sujet 2 : Comment créer un lien privilégié avec sa communauté (dans un contexte commercial) ?

Pour créer un lien avec sa communauté



- ✓ Engager via les publications
- ✓ User et abuser des 5 sens.
- ✓ Privilégier l'authenticité
- ✓ Faire preuve d'empathie.
- ✓ Impliquer tes abonnés.
- ✓ Créer un sentiment d'appartenance

Comment fidéliser une communauté ?

Voici quelques astuces pour resserrer les liens avec vos abonnés :

1. Partagez le contenu de votre **communauté** ...
2. Transformez les questions de la **communauté** en contenu. ...
3. Racontez votre histoire encore et encore. ...
4. Offrez du contenu gratuit. ...
5. Créez un groupe privé

Que mettre en place pour créer du lien ?

1. Organiser des événements de team building.
2. Encourager la communication.
3. **Créer** des espaces de détente propices à la création de **lien**.
4. Favoriser la collaboration à travers des projets.
5. Promouvoir la diversité et l'inclusion

Comment créer des liens forts ?

L'art de créer un lien, une connexion émotive

1. Partager des affinités communes. Parfois, il peut être difficile de trouver quelque chose que vous avez en commun avec votre client, collègue, voisin, etc. ...
2. Soyez empathique. ...
3. Refléter le langage corporel et oral de l'autre personne.

Comment établir un lien de confiance ?

Finalement, le meilleur moyen de développer un lien de confiance c'est d'établir une relation égalitaire.

La confiance ça va dans les deux sens. Si votre interlocuteur sent que vous lui faites confiance, alors il va s'engager lui aussi dans la relation avec confiance.

Les conseils à suivre pour une stratégie de fidélisation client efficace

Soignez la qualité de votre offre.

Différenciez-vous de la concurrence.

Faites évoluer votre offre.

Soyez visible sur les réseaux sociaux.

Fidélisez par la communauté

- Sujet 3 : Sujet libre mais qui doit être en lien avec le service de **ShareContent**

Veillez à bien respecter la structure d'un article Web, à trouver des titres accrocheurs, à utiliser des mots-clés pertinents, à produire un chapeau répondant aux 5 questions, à bien utiliser la technique de la pyramide inversée et à introduire intelligemment la solution **ShareContent**.

IV.3 - Utiliser des outils

1. Sur le site du dictionnaire Larousse, trouver les définitions des mots suivants liés à l'univers de la rédaction : plagiat, éditorial, coquille, doublon, bandeau, accroche.

Plagiat : Acte de quelqu'un qui, dans le domaine artistique ou littéraire, donne pour sien ce qu'il a pris à l'œuvre d'un autre.

Éditorial : Article de fond, commentaire, signé ou non, qui exprime, selon le cas, l'opinion d'un journaliste ou celle de la direction ou de la rédaction du journal, de la radio ou de la télévision.

Coquille : Plus spécialement, enveloppe protectrice dure et calcaire de la plupart des mollusques et des brachiopodes.

Doublon : Monnaie papale émise au XVIIe s.

Bandeau : Cheveux partagés sur le milieu du front et lissés de chaque côté de la tête, coiffure à la mode au XIXe S.

Accroche : Partie d'une annonce publicitaire ou d'un article de journal destinée à attirer l'attention.

2. Trouver des synonymes des mots utilisés dans la 1.

Plagiat = compilation

Éditorial = tribune

Coquille = coque

Doublon = double

Bandeau = couronne

3. Utiliser des correcteurs orthographique et syntaxique sur les articles que vous avez rédigés
4. Trouver 2 images minimum pour illustrer chaque article