

Parcours : RÉDACTION WEB

Module : Les techniques
rédactionnelles

Projet 4 - Techniques
rédactionnelles

I.1 – Création d'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).

❖ Définition du persona et de la cible secondaire :

Persona :

Nom: Dianà

Âge: 35ans

Profession : Responsable marketing digital dans une agence Web

Situation personnelle: célibataire, sans enfant

Problèmes:

- Manque de temps
- Manque de compétences techniques
- Manque de ressources

Objectifs:

- Gérer la stratégie de contenu de l'agence
- Créer et partager du contenu de qualité
- Générer du trafic sur le site web de l'agence

Cible secondaire :

Nom: Paul

Âge: 45ans

Profession: Responsable communication d'une grande entreprise

Situation personnelle: Marié, 2 enfants

Problèmes:

- Manque de temps
- Manque de ressources
- Manque de compétences techniques

Objectifs:

- Communiquer efficacement avec ses collaborateurs
- Partager des informations à jour
- Créer une communauté autour de l'entreprise



Marie, est une professionnelle du marketing digital expérimentée qui travaille dans une agence Web. Elle est responsable de la stratégie de contenu de l'agence et cherche à créer et partager du contenu de qualité. Elle est confrontée à des défis tels que le manque de temps, de compétences techniques et de ressources.

La persona secondaire, Paul, est un responsable communication expérimenté qui travaille dans une grande entreprise. Il est responsable de la communication interne de l'entreprise et cherche à communiquer efficacement avec ses collaborateurs. Il est confronté à des défis similaires à ceux de Marie, tels que le manque de temps, de ressources et de compétences techniques.

Ces deux personas sont suffisamment détaillés pour nous permettre de comprendre leurs besoins et leurs objectifs. Ils nous aideront à rédiger des contenus pertinents et adaptés à leurs besoins.

I.2 – Rédactions des 3 articles

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

Mots-clés : marketing de réseau, contenu, croissance, communauté

Comment le contenu peut booster votre marketing de réseau ?

Le marketing en réseau est une approche commerciale qui implique la vente de produits ou services à des individus par le biais d'un réseau de distributeurs. Pour obtenir de bons résultats, il est essentiel que le marketing en réseau se base sur un contenu de haute qualité, adapté aux besoins des prospects

Introduction :

Le marketing de réseau, également appelé marketing multiniveau ou MLM, est une stratégie commerciale qui mise sur les réseaux sociaux et les relations personnelles. Elle implique le recrutement de distributeurs indépendants pour promouvoir les produits ou services de l'entreprise et en recruter d'autres à leur tour. Cette approche de vente directe repose sur la confiance et les recommandations, ce qui implique que les prospects doivent être persuadés de la qualité des produits ou services offerts.

Pour réussir dans le domaine du marketing de réseau, il est crucial de comprendre l'importance du contenu dans le développement de votre réseau et la fidélisation de votre communauté. Dans ce texte, nous examinerons comment le contenu peut être employé pour renforcer votre stratégie de marketing en réseau.

Corps de l'article :

Le pouvoir du contenu dans le marketing de réseau

Le contenu est généralement perçu comme la force motrice du marketing de réseau. Il peut revêtir diverses formes, telles que des articles de blog, des vidéos, des livres électroniques, des infographies et des webinaires. Chacun de ces formats présente des avantages distincts pour atteindre et susciter l'engagement de votre audience cible.

Articles de blog : Les articles de blog constituent une méthode efficace pour éduquer les prospects au sujet des produits ou services offerts. Ils peuvent également servir à diffuser des conseils et des astuces pertinents dans votre domaine d'activité. En répondant aux questions couramment posées par vos prospects, vos articles renforcent votre crédibilité et mettent en évidence votre expertise.

Vidéos : Les vidéos représentent un instrument puissant pour une présentation visuelle de vos produits ou services. Elles offrent la possibilité de démontrer le fonctionnement des produits, leur capacité à résoudre les problèmes des clients, et de raconter des récits engageants. Les vidéos ont le pouvoir de forger un lien émotionnel avec votre public, renforçant ainsi la confiance qu'il accorde à votre entreprise.

Infographies : Les infographies se révèlent parfaites pour communiquer de manière concise et visuelle des données, des statistiques ou des idées complexes. Leur facilité de partage sur les médias sociaux peut contribuer à accroître la visibilité de votre entreprise et à attirer de nouveaux prospects.

Livres électroniques : Les livres électroniques sont une option idéale pour fournir une analyse détaillée de vos produits ou services. Vous pouvez les exploiter comme un moyen de collecter des leads en proposant un livre électronique gratuit en échange des coordonnées de vos prospects. Cette démarche vous permet de construire une liste de contacts qualifiés pour votre réseau.

Webinaires : Les webinaires offrent une chance exceptionnelle d'interagir en direct avec votre public. Ils autorisent les prospects à poser des questions et à recevoir des réponses immédiates de la part d'experts. De plus, les webinaires peuvent être enregistrés et diffusés ultérieurement, en faisant ainsi un contenu pérenne pour votre réseau.

Création de contenu adapté

Créer du contenu qui cible précisément les besoins de votre audience revêt une importance capitale. Cela implique de comprendre leurs préoccupations, leurs interrogations et leurs centres d'intérêt. Plus vous pouvez adapter votre contenu à votre public, plus il sera efficace.

De plus, il est crucial de sélectionner le canal de distribution approprié pour votre contenu. Les réseaux sociaux, les blogs d'entreprise, les newsletters par e-mail et les plateformes de streaming vidéo sont autant de moyens par lesquels vous pouvez diffuser votre contenu auprès de votre audience.



Pour illustrer, les infographies se prêtent admirablement à la diffusion sur les réseaux sociaux grâce à leur aspect visuel. En revanche, les livres électroniques conviennent davantage à une distribution par e-mail ou à la création de pages de destination sur votre site web.

L'impact positif sur votre réseau

Un contenu de haute qualité peut exercer une influence favorable sur votre réseau de marketing. Voici les raisons :

Augmentation de la visibilité :

En produisant un contenu de premier ordre, vous avez la possibilité d'accroître la visibilité de votre entreprise. Des articles de blog bien optimisés pour les moteurs de recherche et des vidéos virales ont le potentiel d'attirer l'attention de nouveaux prospects, élargissant ainsi votre réseau.

Génération de leads qualifiés :

Les livres électroniques, les webinaires et d'autres types de contenus informatifs peuvent servir à générer des leads de qualité. Les individus intéressés par votre contenu ont davantage de chances de se transformer en prospects potentiels.

Fidélisation de la communauté :

Un contenu captivant a le pouvoir de renforcer la loyauté au sein de votre communauté. En diffusant des informations pertinentes, en répondant aux interrogations et en favorisant un environnement interactif, les membres de votre réseau sont davantage enclins à maintenir leur engagement et à recommander votre entreprise à d'autres personnes.

Conclusion

Pour conclure, il est évident que le contenu joue un rôle essentiel dans la croissance réussie du marketing de réseau. Ce modèle, centré sur la confiance et les recommandations, dépend fortement de la qualité du contenu pour réussir. Les différentes formes de contenu, telles que les blogs, les vidéos, les infographies, les livres électroniques et les webinaires, offrent de multiples opportunités pour atteindre et impliquer efficacement votre public cible.

La clé de la réussite réside dans la création de contenu qui répond spécifiquement aux besoins de votre audience. Il est impératif de comprendre les préoccupations et les intérêts de vos clients potentiels afin de personnaliser efficacement votre contenu. De plus, le choix du canal de distribution approprié pour votre contenu est essentiel pour maximiser son impact.

Un contenu de haute qualité peut apporter des bénéfices importants à votre réseau de marketing. Il accroît la visibilité de votre entreprise, génère des prospects qualifiés et renforce la loyauté de votre audience. En définitive, il favorise l'expansion de votre entreprise et la formation d'une communauté engagée.

Afin d'explorer ces concepts plus en détail et de découvrir comment ShareContent peut être un atout pour optimiser votre stratégie de marketing de réseau, nous vous invitons à visiter notre [page d'accueil](insérer le lien vers la page d'accueil de ShareContent). De plus, vous pouvez télécharger gratuitement ShareContent en cliquant sur ce [lien] (insérer le lien de téléchargement gratuit de ShareContent).

Pour obtenir plus d'informations sur ce sujet, nous vous recommandons de consulter notre [deuxième article](lien vers l'article 2). Vous pouvez également explorer un article d'un autre site web qui propose des conseils additionnels sur la création d'une communauté engagée (insérer le lien vers l'article externe). En fusionnant ces ressources et en appliquant les principes du marketing de réseau, vous êtes bien positionné pour atteindre de nouveaux sommets dans le développement de votre entreprise.





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

Mots-clés : communauté, engagement, marketing, entreprise

Comment créer une communauté engagée autour de votre entreprise ?

Une communauté active constitue un atout de grande valeur pour toute entreprise, car elle favorise l'augmentation du trafic, la collecte de données et la fidélisation des clients. Dans le domaine commercial, une communauté se compose de personnes partageant un intérêt commun pour une entreprise, un produit ou un service. Une communauté engagée se caractérise par son dynamisme et sa participation active aux échanges et aux initiatives proposées par l'entreprise.

Voici quelques conseils pour construire une communauté engagée autour de votre entreprise :

Trouvez votre public cible.

L'étape initiale et essentielle pour établir une communauté active consiste à acquérir une compréhension approfondie de votre audience cible. Qui sont vos clients idéaux ? Quels sont leurs besoins, leurs inquiétudes et leurs centres d'intérêt ? Plus vous êtes en mesure de préciser votre public cible, plus il devient aisé de créer du contenu et des interactions qui leur sont spécifiquement destinés. Pour parvenir à cela, vous pouvez mener des études de marché, des sondages ou des analyses pour mieux appréhender leur comportement et leurs motivations.

Créez un contenu de qualité.

Le contenu joue un rôle essentiel dans l'implication de votre communauté et constitue la base de la relation entre votre entreprise et ses membres. Lors de la création de contenu, il est important de veiller à ce qu'il soit informatif, bénéfique et captivant. Que ce soit sous forme d'articles de blog, de vidéos, d'infographies, de podcasts ou de publications sur les réseaux sociaux, ces différents formats de contenu peuvent captiver votre audience. Plus votre contenu est pertinent, de haute qualité et régulièrement mis à jour, plus il attirera l'attention et suscitera l'intérêt de vos membres.

Soyez actif et engageant.

L'implication de l'entreprise revêt une importance capitale pour la pérennité d'une communauté active. La simple publication de contenu de manière passive ne suffit pas. Il est nécessaire de s'engager activement dans les discussions, de répondre aux questions et de démontrer votre écoute envers les membres. Encouragez également les membres de la communauté à interagir entre eux. Établissez un cadre propice à une communication fluide et ouverte, tout en favorisant des échanges constructifs.

Organisez des événements et des activités.

La création d'une connexion plus profonde avec votre communauté peut être facilitée grâce à l'organisation d'événements et d'activités. Ces occasions permettent à vos membres de se rassembler, de partager leurs idées et de vivre des expériences ensemble. Vous avez le choix parmi divers types d'événements, qu'il s'agisse de webinaires, d'ateliers, de conférences en ligne, de rencontres en personne, de concours en ligne ou de groupes de discussion. La tenue régulière de ces événements ou d'activités thématiques peut renforcer les liens au sein de votre communauté et inciter vos membres à rester impliqués.

Récompensez la participation.

Pour stimuler l'engagement au sein de votre communauté, envisagez d'offrir des récompenses aux membres les plus actifs. Les incitations peuvent prendre diverses formes, telles que des réductions sur vos produits ou services, l'accès à du contenu exclusif, des cadeaux promotionnels ou même des avantages spéciaux. Les récompenses renforcent la motivation des membres à participer activement et à contribuer à la vie de la communauté.

Conclusion

En conclusion, la création d'une communauté engagée est un investissement précieux pour toute entreprise. Une communauté active peut favoriser la croissance de votre entreprise, accroître la visibilité de votre marque, renforcer la fidélité de vos clients et générer des opportunités commerciales. Pour réussir dans cette entreprise, il est essentiel d'identifier clairement votre public cible, de créer un contenu de qualité, de maintenir un engagement actif, d'organiser des événements stimulants et de récompenser la participation.

Pour vous aider à mettre en pratique ces conseils et à développer une communauté engagée autour de votre entreprise, vous pouvez explorer les ressources disponibles sur la [landing page de ShareContent](Lien vers la landing page de ShareContent), qui propose une version gratuite de l'outil, ainsi que le [lien de téléchargement de la version gratuite de ShareContent](Lien vers le lien de téléchargement de la version gratuite de ShareContent). De plus, pour des conseils supplémentaires sur la création et la gestion d'une communauté engagée, vous pouvez explorer l'article d'un autre site via ce [lien](Lien vers un article d'un autre site).

N'oubliez pas que la création d'une communauté engagée est un processus continu qui demande du temps et de la persévérance. En investissant dans la construction et l'entretien de votre communauté, vous pouvez réaliser des gains significatifs en termes de succès commercial et d'engagement de la clientèle.



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

Comment utiliser ShareContent pour créer une stratégie de contenu efficace ?

ShareContent : Votre Allié pour une Stratégie de Contenu Performante

Une stratégie de contenu bien élaborée est un pilier essentiel du marketing moderne. Elle définit les objectifs, les canaux et les formats de contenu pour communiquer avec votre public cible. Une stratégie de contenu efficace peut vous aider à atteindre vos objectifs marketings, à générer du trafic, à collecter des données et à fidéliser vos clients. Dans cet article, nous explorerons comment ShareContent, un outil de curation de contenu, peut être un atout précieux pour créer une stratégie de contenu efficace pour votre entreprise.

La Quête de Contenu de Qualité

L'une des étapes fondamentales dans la création d'une stratégie de contenu est de trouver du contenu pertinent et de qualité. Cependant, cela peut s'avérer être une tâche ardue, surtout lorsque l'abondance d'informations en ligne peut rapidement devenir écrasante. C'est là qu'intervient ShareContent.



ShareContent simplifie la recherche de contenu en vous permettant de trouver rapidement et facilement des articles, des vidéos, des infographies et d'autres ressources pertinentes dans votre domaine d'activité. Cela vous permet de rester constamment informé des dernières tendances et des sujets brûlants dans votre secteur.

Créer du Contenu Personnalisé

Si la curation de contenu est importante, la création de contenu personnalisé l'est tout autant. Votre public cible a des besoins spécifiques, et le contenu que vous partagez doit répondre à ces besoins. ShareContent peut également vous aider dans cette démarche.

L'outil vous permet de créer du contenu personnalisé en utilisant les informations et les idées que vous avez collectées lors de votre veille. Vous pouvez rédiger des articles de blog, concevoir des infographies ou enregistrer des vidéos qui ciblent précisément les besoins et les intérêts de votre public. Cette personnalisation renforce l'engagement de votre audience, car elle montre que vous comprenez véritablement ses préoccupations.

Partager Votre Contenu avec Facilité

Une fois que vous avez trouvé et créé votre contenu, il est essentiel de le partager avec votre public. ShareContent simplifie également cette étape en vous permettant de planifier et de programmer la diffusion de votre contenu sur les réseaux sociaux et d'autres canaux de distribution. Cela garantit une présence constante en ligne, ce qui est essentiel pour maintenir l'engagement de votre audience.

Les Étapes Clés pour Utiliser ShareContent Efficacement

Pour utiliser ShareContent efficacement dans votre stratégie de contenu, suivez ces étapes clés :

Définissez vos objectifs : Avant de plonger dans la curation et la création de contenu, définissez clairement vos objectifs marketings. Que souhaitez-vous accomplir avec votre contenu ? Cela pourrait être d'augmenter la notoriété de votre marque, de générer des leads qualifiés ou d'éduquer votre public.

Identifiez votre public cible : Qui est votre public cible ? Quels sont ses besoins, ses préoccupations et ses intérêts ? La compréhension de votre public est la clé pour créer un contenu qui résonne avec lui.

Créez un calendrier de contenu : Établissez un calendrier éditorial qui vous permettra de créer et de partager du contenu de manière régulière. Cela garantit que votre stratégie de contenu reste cohérente et alignée avec vos objectifs.

Utilisez les bons outils : ShareContent est un outil précieux pour la recherche, la création et la diffusion de contenu. Assurez-vous de maîtriser son utilisation pour en tirer le meilleur parti.



Conclusion : Une Stratégie de Contenu Performante avec ShareContent

En conclusion, ShareContent est un outil puissant qui peut grandement contribuer à la création d'une stratégie de contenu efficace pour votre entreprise. Grâce à ses fonctionnalités de curation de contenu, de création personnalisée et de planification de diffusion, il simplifie le processus et vous permet de rester pertinent dans un paysage numérique en constante évolution.

Si vous souhaitez en savoir plus sur la façon dont ShareContent peut renforcer votre stratégie de contenu, vous pouvez explorer la [landing page de ShareContent](le lien vers la landing page de ShareContent) pour obtenir plus d'informations. De plus, vous pouvez accéder à la version gratuite de ShareContent en suivant ce [lien de téléchargement](le lien de téléchargement de la version gratuite de ShareContent).

N'oubliez pas que la création d'une stratégie de contenu efficace est un processus continu qui demande de l'engagement et de la persévérance. En investissant dans ShareContent et en suivant une approche stratégique, vous pouvez développer une présence en ligne solide et atteindre vos objectifs marketings avec succès.



IV.3 - Utilisation des outils

1. Définitions des mots liés à l'univers de la rédaction

- Plagiat : Copie d'un texte ou d'une œuvre sans citer la source.

Synonymes : contrefaçon, copie servile, plagiatisme.

- Éditorial : Article rédigé par le rédacteur en chef d'un journal ou d'une revue, dans lequel il exprime son opinion sur un sujet d'actualité.

Synonymes : chronique, article de fond, billet d'humeur.

- Coquille : Erreur typographique ou grammaticale.

Synonymes : faute d'orthographe, faute de frappe, faute grammaticale.

- Doublon : Article ou contenu déjà publié sur un autre site.

Synonymes : répétition, redondance, copie conforme.

- Bandeau : Entête d'un article ou d'une page Web.

Synonymes : titre, en-tête.

- Accroche : Première phrase d'un article ou d'une publicité, qui vise à attirer l'attention du lecteur.

Synonymes : slogan, accroche-cœur, accroche-regard.