

ANIMER UN BLOG PROFESSIONNEL

PUBLIC Gestionnaires de site, référenciers, agences de communication, webmasters, marketing, webmarketing...

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)

DURÉE 14 heures (2 jours)

OBJECTIFS Connaitre les aspects juridique d'un blog. Connaitre les différentes solutions techniques. Savoir définir le fond et la forme du contenu. Savoir promouvoir son blog. Savoir mesurer la réussite de son blog

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation



DÉFINIR ET POSER LES ÉLÉMENTS DE RÉUSSITE

- Savoir différencier les outils : blog, site web, wiki, extranet
- Définir une stratégie marketing et une ligne éditoriale percutante
- Définir les règles élémentaires de fonctionnement et de mise à jour
- Choisir le design compatible avec la cible

VÉRIFIER LA LISTE DES PRÉ-REQUIS

- Panorama des solutions techniques : WordPress, services en ligne gratuits ou payants, CMS spécifiques
- Choisir un nom de domaine et protéger son périmètre
- Choisir son hébergeur

MAÎTRISER LES ASPECTS JURIDIQUES

- Charte d'utilisation
- Stratégie de modération (modération à priori, modération à postériori)
- Règles de droit en matière de propriété intellectuelle
- Gestion des liens hypertexte
- La responsabilité du propriétaire du blog

RÉUSSIR L'ESSENTIEL : LE CONTENU

- Déterminer la vocation du blog
- Choisir une ligne éditoriale forte
- Eviter la promotion et favoriser l'information
- Recherche de sujets légitimes et à forte valeur ajoutée
- Travailler son accroche et utiliser la règle des 5W

ENRICHIR SON BLOG

- Enrichir son contenu avec les éléments multimédia : animations, vidéos, sons
- Enrichir son blog en fonctionnalités pour diversifier l'utilisation et améliorer l'expérience de navigation
- Proposer les fonctions de partages pour assurer la viralité du contenu
- Intervenir via les éditeurs dans le HTML

OPTIMISER SON AUDIENCE : RÉFÉRENCEMENT

- Savoir placer les mots clés et utiliser les sous-titres
- Gérer la densité du contenu pertinent utiliser les outils techniques : Google
- Adwords, Google Suggest, SEMrush, pour générer une meilleure performance
- Multiplier les canaux de diffusion des du blog : partenaires, campagnes sociales, publicités ciblées,...

ANALYSER SES POINTS FORTS

ET CONTREPERFORMANCES POUR PROGRESSER

- Exploiter les outils d'analyse proposés par Google Analytics
- Construire un tableau de bord dédié aux thématiques éditoriales
- Évaluer le pourcentage de progression

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur