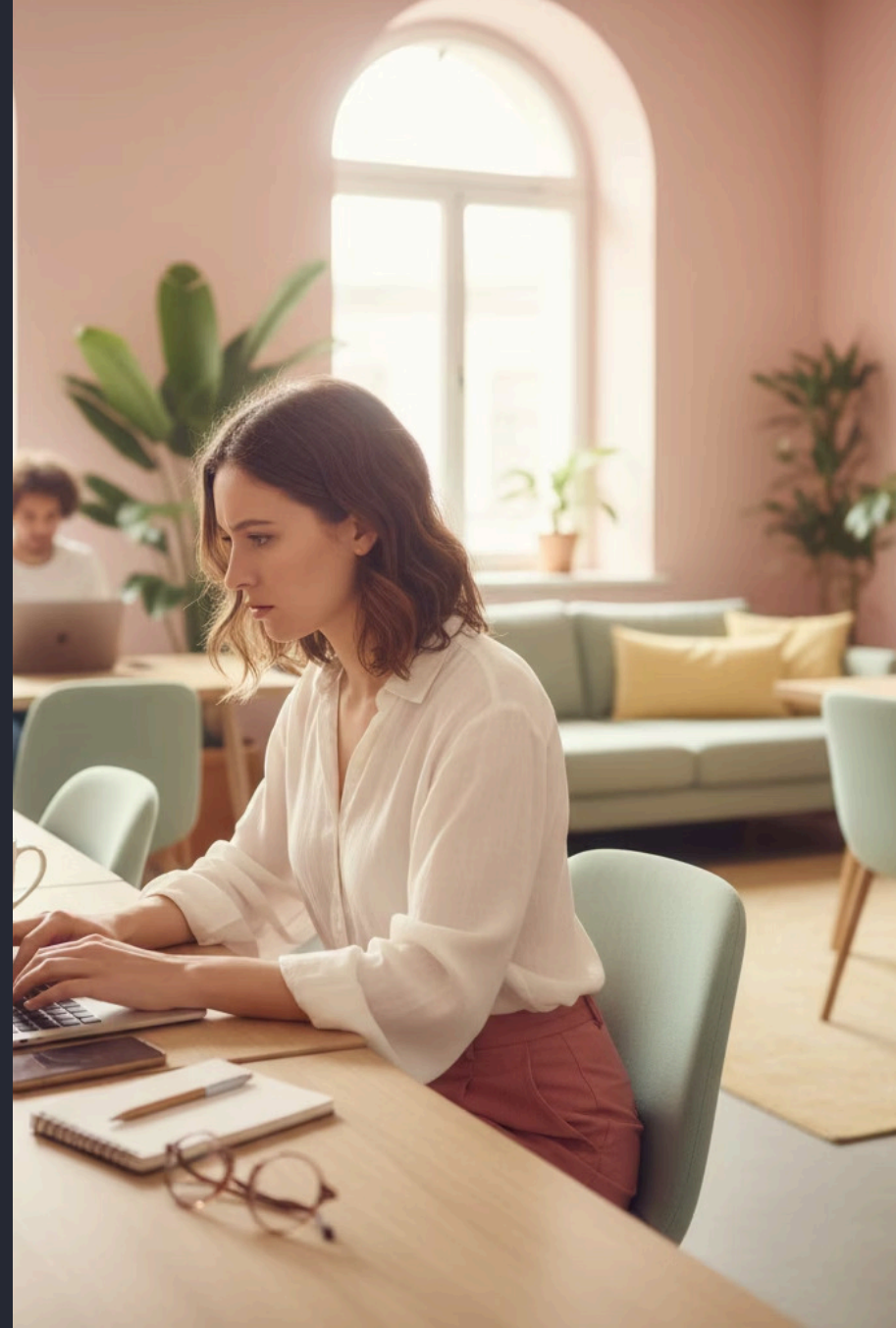


Devenir Rédacteur Web Freelance & Stratège de Contenus

Une formation complète de 3 jours pour concevoir, optimiser et vendre une offre de rédaction web cross-canal professionnelle.





Vue d'ensemble de la formation

Informations pratiques

Durée : 3 jours – 21 heures

Format : Présentiel ou distanciel (synchrone)

Pédagogie : Alternance d'apports théoriques, cas pratiques et ateliers

Public cible

Rédacteurs, communicants, community managers, porteurs de projets ou indépendants souhaitant développer une activité de rédaction web professionnelle.

Prérequis

Maîtriser les bases de la rédaction et de la bureautique, connaissance générale du web et des réseaux sociaux.

Expérience recommandée

Une première expérience en communication, marketing ou création de contenus est un plus.

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, vous serez capable de maîtriser l'ensemble des compétences essentielles du rédacteur web moderne.



Stratégie éditoriale

Concevoir une stratégie éditoriale adaptée aux cibles et aux canaux digitaux



Rédaction optimisée

Rédiger des contenus optimisés pour le web en intégrant les principes du SEO et du SGO



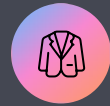
Ligne éditoriale

Construire une ligne éditoriale cohérente et émotionnellement engageante



Approche cross-canal

Comprendre les logiques cross-canales et UX pour adapter le ton et la forme du message



Audit professionnel

Réaliser un audit rédactionnel et proposer une stratégie de contenus à un client

Jour 1 – Communication, storytelling et méthodologie éditoriale

1

Les fondamentaux de la rédaction web

Le rôle du rédacteur web dans la stratégie digitale. Communication cross-canal : site, blog, réseaux sociaux, newsletters, IA génératives. UX Writing et Content Design pour être lu, compris et trouvé.

2

Méthodologie et conception éditoriale

Approche QQQCP appliquée à la rédaction. Construction de mindmaps éditoriales du brief à la structure. Analyse du vocabulaire, champ lexical et mots-clés. **Atelier** : structurer un article web à partir d'un brief client.

3

Storytelling et déclencheurs émotionnels

Les 12 archétypes de marque de Jung et leur application marketing. Trouver la voix et le ton de marque. Définir une ligne éditoriale cohérente et différenciante. **Atelier** : rédiger selon un archétype narratif.



Jour 2 – Environnement web et optimisation des contenus

Environnement numérique du rédacteur web

- Comprendre le fonctionnement du web : hébergement, domaines, CMS
- Les différents types de contenus : pages, articles, contenus dynamiques, fiches produits
- Respect des normes web et accessibilité des contenus
- Introduction aux contenus enrichis : snippets Google, agrégateurs et IA génératives

Référencement naturel et SGO

- Les piliers du SEO : technique, contenu, popularité
- Structure HTML et balises clés
- Position zéro et extraits enrichis
- Introduction au SGO : visibilité dans les résultats d'IA

Atelier : réécrire un contenu pour le SEO + simulation de recherche IA



Optimisation multimédia

Images, vidéos, infographies pour enrichir le texte et renforcer l'engagement. Bonnes pratiques de nommage et d'optimisation des médias.



Droit et propriété

Droit d'auteur, IA générative et propriété des contenus.

Jour 3 — Copywriting, brand content et démarche commerciale



Copywriting et stratégie d'engagement

Les bases du copywriting : émotions, bénéfices, structure AIDA. Call to Action et micro-conversions. Storytelling commercial et copywriting éthique. **Atelier** : rédiger un texte de vente ou une page d'accueil persuasive.



Brand Content et stratégie multicanale

Définir le territoire éditorial d'une marque ou d'un client. Les formats : articles, newsletters, social media, storytelling vidéo. Cohérence de ton et continuité narrative. **Atelier** : créer une mini-campagne de brand content cohérente.



Audit rédactionnel et kit business freelance

Comprendre les besoins et attentes d'un client. Réaliser un audit rédactionnel complet : cohérence du discours, lisibilité, SEO, ton, structure. Savoir rédiger une proposition commerciale et un devis argumenté. Construire son kit de démarchage freelance.

Méthodes pédagogiques et outils



Approche pédagogique

Alternance d'apports théoriques, d'exemples concrets et d'ateliers pratiques.
Analyse de cas réels et travaux individuels et en binôme.



Outils utilisés

WordPress, Notion, Google Search Console, Google Trends, ChatGPT, Gemini, Canva, 1.fr pour une expérience pratique complète.



Cas pratiques

Analyse de sites clients, exemples SEO/SGO, mises en situation de présentation client pour une application concrète des compétences.

Une formation complète pour maîtriser tous les aspects de la rédaction web professionnelle et lancer votre activité freelance avec confiance.

