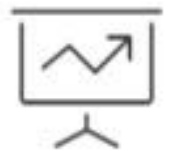
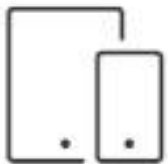
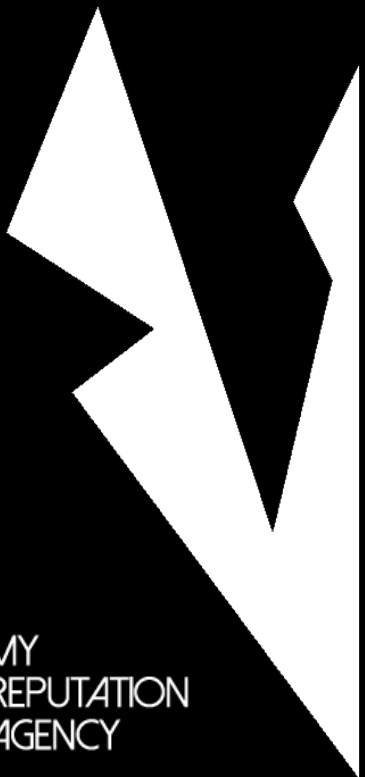




MY REPUTATION AGENCY

LA RÉDACTION SUR LE WEB





SOMMAIRE

LA STRATÉGIE ÉDITORIALE

DÉFINIR UNE LIGNE ÉDITORIALE

COMMENT CHOISIR LES SUJETS

LE CALENDRIER ÉDITORIAL

FACILITER LA LECTURE À L'INTERNAUTE

GOOGLE EST NOTRE AMI

LA MISE EN LIGNE

ET VOUS ?



LA STRATÉGIE ÉDITORIALE

La **stratégie éditoriale** correspond à la stratégie que vous allez mettre en place afin d'obtenir un maximum de visibilité pour vos supports. Pour cela, nous vous conseillons de la mettre en place en ayant toujours en tête les 3 points suivants :

1. **se mettre à la place de l'internaute.**
2. **définir les objectifs de l'entreprise** dans le but d'élaborer une stratégie permettant de les atteindre. Les objectifs les plus courants sont :
 - Développer la notoriété de l'entreprise
 - Pousser l'internaute à réaliser une action (achat, téléchargement, inscription, ...)
3. **de réfléchir à comment réussir à interpeller votre internaute et l'inciter à échanger avec vous.** Écrire pour écrire, ne servira qu'à vous faire perdre du temps. Apportez lui plutôt des informations qui vont retenir son attention comme par exemple lui donner un coup de main, en l'informant, en lui apprenant des choses dont il n'a certainement pas encore connaissance.



DÉFINIR UNE LIGNE ÉDITORIALE

La **ligne éditoriale** est définie par :

- ▣ **la façon** dont vous allez rédiger vos supports
- ▣ **le type de contenu** que vous allez proposer à vos internautes.

Nous ne parlons pas de la même façon à des experts qu'à des novices.

Nous n'utilisons pas non plus des mots familiers sur des supports destinés à des clients potentiels.

Nous n'utilisons pas non plus la même façon de rédiger sur une newsletter que sur un blog .

Il est donc primordial **d'adapter sa ligne éditoriale** à sa **cible marketing**.



COMMENT CHOISIR LES SUJETS

La **ligne éditoriale** vous indique comment rédiger mais pour **fidéliser vos internautes**, il est important de rédiger des contenus de qualité.

Pour cela, nous vous conseillons **l'empathie**.

Se mettre à la place de son futur client et/ou d'un simple lecteur vous permettra de connaître les sujets susceptibles d'intéresser.

Nous vous recommandons aussi de devenir un **lecteur assidu des autres blogs, e-newsletter**, ... proposant des thématiques se rapprochant de près de ou de loin à votre secteur d'activité.

Nous vous conseillons aussi, d'établir un **calendrier éditorial régulier**.



LE CALENDRIER ÉDITORIAL

Le calendrier éditorial, ce n'est ni plus ni moins qu'un calendrier vous indiquant les sujets à traiter durant une période T.

Nous vous recommandons d'en établir un mensuellement.

Cela permet d'avoir une visibilité sur le futur mais aussi d'éviter de « sécher ».

Attention, ce n'est pas parce qu'un calendrier éditorial est défini qu'il ne faut pas le **modifier le contenu si une actualité mérite d'être partagée avec vos internautes.**



FACILITER LA LECTURE À L'INTERNAUTE

Vous l'avez écrit, et vous êtes **un expert dans le domaine**, c'est donc facile pour vous de comprendre ce que vous écrivez.

Encore une fois, faites preuve **d'empathie**, mettez-vous à la place de vos lecteurs et demandez-vous si ce que vous écrivez n'est pas **trop complexe** ou **trop technique** pour **votre cible**.

N'oubliez pas non plus que vos internautes **lisent vos supports sur un écran d'ordinateur et/ou de tablette et/ou de phablette et/ou de smartphone**. N'oubliez donc pas de **faciliter la lecture** en utilisant des titres, des sous-titres, des textes en gras, ...

Est-il utile de préciser qu'il est indispensable de **rédiger dans un français irréprochable** (syntaxe, orthographe, vocabulaire, ...) ?



GOOGLE EST NOTRE AMI

Ne nous le cachons pas, lorsque vous rédigez quelque chose, c'est pour qu'il soit lu. **Vous écrivez donc pour vos internautes mais aussi pour google.**

Les fameux **algorithmes de google** sont des lecteurs assidus qui n'hésiteront pas à positionner votre contenu dans **les premières pages de google**, si il est de qualité, ou dans **le fin fond du web**, si il ne l'est pas.

Travaillez donc vos **mots clés**, proposez **des contenus inédits** et **de nouveaux supports régulièrement.**

Le travail est donc le maître mot d'un site dont le référencement naturel est optimisé.



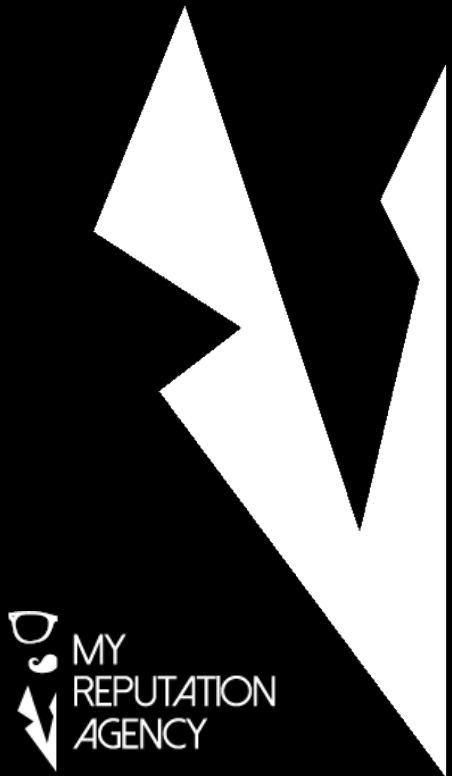
LA MISE EN LIGNE



La relecture est tout aussi importante que la rédaction.

Assurez-vous que **la qualité du texte et de la langue** soient bien au rendez-vous.

Vérifiez aussi sur votre support que le contenu est bien à l'emplacement choisi, que les caractères utilisés soient bien présent.





ET VOUS ?

Vous avez certainement besoin d'échanger sur la réalisation de vos supports, d'obtenir des conseils ou encore vous avez envie d'externaliser certaines tâches ?

N'hésitez donc pas à prendre contact avec nous par mail à :

AAUREL@MY-REPUTATION-AGENCY.FR

Nous rédigeons actuellement **des audits gratuitement** afin de vous aider à avancer, **pourquoi ne pas en profiter ?**



CONCLUSION

Nous espérons que ces quelques slides vont vous permettre d'optimiser vos supports digitaux.

Nous apprécions les retours ainsi que les avis de nos internautes.

N'hésitez donc pas à prendre contact avec notre équipe.



SAS MY REPUTATION AGENCY

PARIS TOULOUSE

7 CHEMIN DE CHIBARIO 31810 VENERQUE

TÉL: 06 34 24 35 42

AAURIEL@MY-REPUTATION-AGENCY.FR