



Club de la Presse
de Haute Normandie

Club de la Presse de Haute-Normandie

7, rue d'Harcourt

76 000 ROUEN

Tel / fax : 02 32 83 31 38

Mail : contact@clubpresse-hn.com

Déclaration d'activité de formation n°23 76 04693 76

FORMATION

Médias 2.0

“Les clés de la communication sur le web”

Durée : 2 jours (14 heures de formation)

Date : Jeudi 20 et vendredi 21 novembre 2014

Nombre de participants minimum : 4

Lieu : Au Club de la Presse de Haute-Normandie - 7, rue d'Harcourt à Rouen

Tarif : 800 € TTC (le Club de la Presse n'est pas assujetti à la TVA)

Formateur : Laurent DELASSUS a été journaliste à Radio France et en presse écrite régionale. Il a dirigé le 1er groupe de médias privés au Congo Brazzaville (TV, Radio, TNT, Presse écrite et Editions Phonographiques). Il a également enseigné à l'Université Paris III, mais aussi Maître de mémoires et professeur au PPA (groupe ESG).

Ses matières de prédilection sont la communication, le journalisme et le marketing. Il est aujourd'hui consultant, responsable de formations et collabore au site www.pelerin.info

Objectif

Comprendre les règles, les usages et les spécificités du media web en 2014 pour détenir les clés de la rédaction et de la publication de l'information sur le net.

Aujourd'hui, un journaliste (presse écrite/presse audiovisuelle) ou un chargé de communication doit être capable de proposer ses contenus rédactionnels sous plusieurs formes, en particulier pour une diffusion sur le web.

Les + de la formation

Cette formation dévoilera les contraintes mais aussi les opportunités de ce media.

Contact

Club de la Presse de Haute-Normandie au 02 32 83 31 38 ou par mail à contact@clubpresse-hn.com



Public

Communicants, journalistes

Programme

1ère journée

Matin : accueil des participants et présentation de la formation

Les particularités de l'information sur le web

- La notion d'actualisation permanente.
- Les différents temps de vie de l'info sur le web : de l'alerte au papier développé, en passant par le son et la vidéo.
- Le traitement plurimédia de l'information.
- L'interactivité.

L'impact de la lecture à l'écran sur la rédaction des contenus

- Les différents modes de lecture et leurs contraintes.
- Les éléments qui attirent l'attention, qui ralentissent la lecture.
- Comment en tenir compte pour améliorer la lisibilité ?
- Les différents niveaux de lecture à l'écran.

2ème journée :

Matin :

Ecrire pour être visible : maîtriser les principes du référencement

- Le référencement : comment ça fonctionne ?
- Référencement naturel et référencement payant
- Pourquoi le référencement devient-il une clé de lecture de l'information ?
- Les bonnes pratiques
- Connaître et comparer les recherches faites par les internautes.

Les secrets d'une newsletter réussie

- Les opportunités et les contraintes de la mise en place d'une newsletter
- la périodicité, la diffusion
- Les outils d'évaluation d'une campagne d'emailing

Après-midi :

La rédaction pour le web

- Les spécificités par rapport au print.
- Comment organiser et hiérarchiser l'information sur le web ?
- Mettre en place des process pour gérer les flux de contenus.
- Adapter un papier du print pour le web : quel format ? Quelle présentation ?

L'habillage éditorial pour le web

- L'impact du référencement sur les titres et les premières lignes de l'article.
- Les titres et légendes sur le web pour les différents contenus mis en ligne : textes, photos, sons, vidéos...

Après-midi :

Ateliers pratiques

- Analyse de sites de presse.
- Réécriture d'articles du print pour le web.
- Habillage de contenus pour le web.

