Domaine : Information et communication - **Thématique(s) :** Digital

STAGES COURTS

STRATÉGIE ÉDITORIALE PRINT ET WEB

Dates : Voir le calendrier
Lieu : 77 Rue de Villiers, 92200 Neuilly-sur-Seine
Tarif : 1400 €

Modalité : Présentiel

OBJECTIFS

- Définir une stratégie éditoriale print et web cohérente et efficace.
- Mutualiser les contenus.
- Mettre en œuvre des complémentarités entre les supports.

CONTACT

formations-courtes@celsa.fr

PUBLIC VISÉ ET PRÉ-REQUIS

Public

- Responsables, chargés de la communication interne et externe.

Pré-requis

- Aucun.

PROGRAMME

Se situer dans son environnement

- La culture numérique et l'évolution des écosystèmes éditoriaux

Définir une stratégie éditoriale

- Prendre en compte la stratégie globale de la communication
- Définir les publics prioritaires et les objectifs
- Identifier les comportements de ces publics et leurs attentes

Stratégie éditoriale, ligne éditoriale, charte éditoriale

- Distinguer les différents comportements de lecture
- Définir un positionnement innovant
- Angler sa communication éditoriale

Déterminer des thématiques, formats éditoriaux et un ton pertinent

- Cerner les vrais sujets pour les publics clés
- Quels formats et quel ton adopter?

Adapter ses écrits pour le web

Informations non contractuelles
PDF généré le 24/10/2026

- Adapter un écrit au web : d'une intervention simple (sur la forme essentiellement) à une intervention complexe (sur la forme et le fond)
- Rédiger et éditer pour le web avec des formats variables

Éditorialiser ses contenus

- Mutualiser ses contenus et organiser la complémentarité des différents supports
- Recycler ses contenus tout en étant original
- Intégrer des médias non textuels

Développer une présence efficace sur les médias sociaux

- Les raisons de publier sur un blog
- Panorama des médias sociaux
- Affiner sa stratégie sur les médias sociaux

MÉTHODES

- Ateliers pratiques.

Informations non contractuelles
PDF généré le 24/10/2026