

OPTI – MARKETING

WEB : POUR COMMUNIQUER SES COMPETENCES CONSEIL

Objectifs

- Comprendre les leviers de la communication efficace de vos offres de conseil, pour le Web
- Concevoir la structure de ses pages
- Rédiger avec impact
- Utiliser toutes les possibilités de mise en valeur.

Personnes concernées

- Responsable et chargés de communication
- Responsable et chargés de marketing
- Webmasters

Pré requis

Aucun.

Durée

2 à 3 jours

Pédagogie et animation

- Exposé – Echanges avec les participants.
- Etudes de cas concrets
- analyse critique et constructive de son site
- Grille d'auto évaluation

Programme Savoir-faire développé

➤ Les sites Web aujourd'hui

Qui sont les internautes ? - Du site de première génération aux sites de 4ième génération - Exemple de sites de références pour les sociétés de conseil.

➤ Les stratégies de communication des activités de conseil sur le web

Formaliser : Pour qui communique-t-on ? - Dans quel but communique-t-on ?

➤ La structure de votre site, pour les activités de conseil

Plans types de sites web adaptés aux sociétés de conseil - Les règles de bon design. La qualité graphique professionnelle – Le bon usage des visuels - Exploite-t-on utilement les applications multimédias ? Le système typographique est-il efficace et cohérent ?

➤ Le dynamisme de votre site pour les activités de conseil

Que mettre sur votre page d'accueil – comment organiser son système de navigation ? - Les liens hypertextes sont-ils efficaces ? - L'usage des images-liens ? Le site est-il correctement relié à la toile ? - Un moteur de recherche intégré ? Les autres outils d'aide à la navigation sont-ils proposés ? - Quelques adresses.

➤ Contenus du site pour les activités de conseil

Comment présenter les activités de conseil ?
Vos contenus sont-ils d'actualité et attractifs ? - La valeur de votre contenu ?
Vos informations sont-elles crédibles ? Gérer les versions linguistiques - Utilisez la valeur ajoutée d'Internet - Les contenus servent-ils le site ? Les contenus correspondent-ils à ce qui est promis ? - Les contenus importants sont-ils mis en évidence ?

➤ La rédaction des activités de conseil sur le Web

Les titres - les sous-titres – A éviter absolument - Contextualité - Comment mettre en relief vos activités ? Les bonnes syntaxes – Comment réduire le texte initial ?

➤ Interactivité

Intégrer les visuels - Penser multimédias et dynamique - La rubrique contact- Les forums – les autres espaces d'interactivité - Les formulaires – l'affiliation – les flux RSS, etc.

➤ La mesure d'efficacité

A propos de la clarté - Les statistiques de fréquentation - Les outils de mesure du succès – La mesure de popularité sur la toile