
Produire, publier et assurer la visibilité des contenus digitaux (partie 2)

Contexte :

Titulaire d'un BTS NDRC, vous venez de rejoindre la société "ConseilOr".

Celle-ci est une société en plein essor qui accompagne les entreprises dans leur stratégie de digitalisation et de vente omnicanale.

Introduction

Votre responsable vous a embauché en tant que "Content manager".

Vous devez créer la ligne éditoriale et former votre équipe aux règles d'écriture sur internet.

Question 1:

Qu'est-ce qu'un content manager ?

Choisir la ligne éditoriale

La ligne éditoriale fixe les principales règles concernant la création de contenus.

Elle est fixée en adéquation avec la stratégie de communication mise en place et tient compte de la cible (persona(s) retenu(s)).

Question 2:

Après avoir lu l'article suivant, vous proposez un modèle de ligne éditoriale pour l'activité de votre choix (en respectant les mêmes rubriques que dans les exemples de l'article)

[Ligne éditoriale : l'exemple de deux blogs B2C](#)

Documents à consulter :

[Comment rédiger une charte éditoriale pour le web ?](#)

[Comment construire votre ligne éditoriale en 7 étapes](#)

Connaître les règles à respecter

Une entreprise écrit pour être lue

Cette évidence suppose de s'adapter aux particularités des lecteurs sur un support numérique ainsi que de tenir compte des techniques de référencement naturel (SEO).

Le lecteur sur ordinateur, sur tablette ou sur smartphone "scanne" plus le texte qu'il ne le lit. Il décide de lire ou pas un contenu en quelques secondes et ne lira qu'une partie du contenu : il faut donc utiliser des règles d'écriture différentes de la presse traditionnelle.

De plus, l'article le mieux écrit du monde ne sera pas lu s'il n'est pas correctement référencé : il faut donc écrire sans oublier les algorithmes de Google qui font la pluie et le beau temps des cybermarchands.

Heureusement, les moteurs de recherche adoptent des techniques de référencement qui tiennent de plus en plus compte de l'UX (User eXperience ou l'expérience de l'utilisateur).

Maîtriser les techniques de référencement

Question 3:

Votre responsable vous demande de vous documenter sur les principales techniques de référencement et de lui faire une synthèse de moins d'une page.

Celle-ci devra impérativement évoquer les éléments suivants :

- L'élément <title>
- La balise méta "description"
- Les mots clés
- Les balises <H1>, <H2>, ..., <H6>
- Le nombre de mots
- Les backlinks (liens entrants)

[Guide du référencement naturel pour débutants](#)

[Tout savoir sur le référencement naturel : le guide SEO 2020](#)

[Référencement pour les sites e-commerce \(Guide complet\)](#)

Les conseils officiels de Google ! (Un peu long, mais utile pour être bien référencé !!)

[Bien débuter en référencement naturel \(SEO\) - Aide Search Console](#)

L'équivalent en PDF :

Comprendre les techniques d'écriture digitale

Question 4:

Vous êtes chargé de reprendre un article rédigé par l'organisation météorologique mondiale et de le rendre conforme au **règles d'écriture pour le Web**.

Pour cela, vous respectez la charte éditoriale (voir ci-dessous).

Une **infographie** est attendue !

Vous êtes libre d'ajouter de l'information supplémentaire afin de réaliser cet article.

Pour des raisons pratiques, **aucune longueur de texte** ne vous est imposée.

La rigueur scientifique ne sera pas évaluée !

L'article initial :

[De nouvelles prévisions climatologiques des températures mondiales pour les cinq prochaines années](#)

Articles complémentaires :

[Changement climatique](#)

[Réchauffement climatique : définition, causes et conséquences](#)

[Réponses aux climatosceptiques](#)

[Voici 14 conséquences concrètes du réchauffement climatique](#)

Pour savoir ce qu'est une infographie :

<https://www.definitions-marketing.com/definition/infographie/>

<https://www.redacteur.com/blog/savoir-rediger-une-infographie/>

[Créateur d'infographie en ligne](#)

Extrait de la charte éditoriale :

...

Nombre de mots de l'article :

Il est au **minimum de 2000 mots** normalement (afin d'être correctement référencé), mais pour des raisons pratiques, **aucun minimum n'est imposé pour cette mission particulière** !

Le titre de l'article :

Nombre de mots : il doit être inférieur à 15 mots

Police : Calibri

Taille : 18

Couleur : Marron (#800000)

Nombre de mots clés : Au moins 2 si possible

Le chapô :

Nombre de mots : moins de 80

Police : Courier New

Taille : 14

Couleur : noir

Nombre de mots clés : au moins 3 si possible

Les sous-titres :

Nombre de mots : ils doivent être inférieurs à 8 mots de préférence

Police : Comic Sans MS

Taille : 14

Couleur: Rouge (#FF0000)

Nombre de mots clés : au moins 1 si possible

Les paragraphes :

Nombre de ligne : moins de 6

Police : arial

Taille : 12

Couleur : noir

Nombre de mots clés : si possible 2 dans le début de la première ligne

Consignes : les paragraphes doivent être courts, précis, composés de phrases simples.

Les liste à puces sont à privilégier quand c'est possible.

Les mots importants doivent être mis en gras.

...

Quelques définitions

Titraillie : ensemble des titres, sous-titres (et chapô).

Chapô (ou chapeau) : résumé de l'information contenue dans la page et placé directement sous le titre.

Ligne de flottaison (ou fold ou pli) : limite basse de l'écran sans scroller.

Scroll : défilement de la page pour lire la suite du contenu.

Le groupe Nielsen Norman est souvent cité pour ses travaux d'eyetracking (oculométrie ou observation des mouvements de l'oeil pendant la lecture d'un article sur le Web).

Il a montré qu'en l'absence de prise en compte de la particularité de la lecture sur support numérique, le lecteur aura tendance à lire selon un **modèle en "F"**



Eyetracking by Nielsen Norman Group nngroup.com NN/g

Source : <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content-discovered/>

Le lecteur va "scanner" le document en partant du haut à gauche, va parcourir la ligne, va "scanner" les premiers mots des autres phrases et recommencera l'opération à certaines parties du texte (sous-titres, nouveau paragraphe...), ce qui ressemble à **un F** (avec des variantes).

Ce même groupe donne alors les conseils suivants, s'appuyant sur d'autres études de contenu mieux pensé pour le Web (c'est le modèle du "gâteau en couche" ou "Layer cake pattern")

Les meilleurs solutions pour éviter la lecture en forme de F

1. Mettez les éléments les plus importants dans les deux premiers paragraphes de la page.
2. Utilisez des titres et des sous- titres . Assurez-vous qu'ils semblent plus importants et plus visibles que le texte normal afin que les utilisateurs puissent les distinguer rapidement.
3. Commencez les en-têtes et sous-titres par les mots contenant le plus d'informations : si les utilisateurs ne voient que les 2 premiers mots, ils devraient toujours avoir l'essentiel de la section suivante.
4. Regroupez visuellement de petites quantités de contenu connexe, par exemple en les entourant d'une bordure ou en utilisant un arrière-plan différent.
5. **Mettez en gras** les mots et les phrases importants.
6. Tirez parti de la mise en forme différente des liens et assurez-vous que les liens contiennent des mots porteurs d'informations (au lieu de termes génériques comme «aller», «cliquez ici» ou «en savoir plus»).
7. Utilisez des liste à puces et des listes numérotées quand cela est possible
8. Coupez le contenu inutile .

Source : <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/>

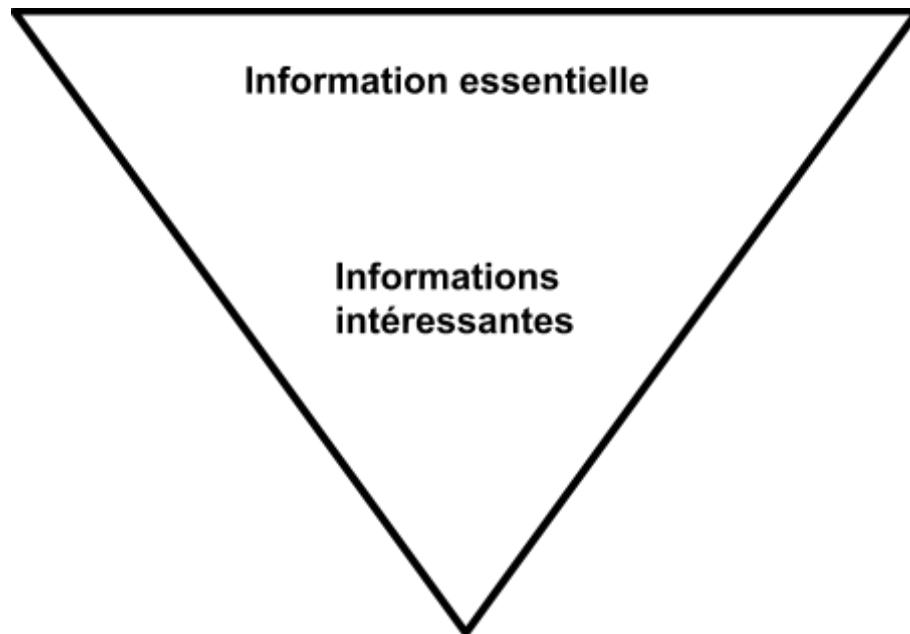
Ainsi, selon les études réalisées, la mise en place de ces recommandations permet à l'utilisateur de repérer les paragraphes susceptibles de l'intéresser pour les lire.

En effet le lecteur recherche à faire un minimum d'efforts pour un maximum d'informations.

La pyramide inversée :

Ce modèle d'écriture est largement recommandé pour écrire sur le Web.

Il consiste à partir de l'information principale et de poursuivre avec de l'information de moins en moins importante dans les paragraphes suivants.



Ainsi l'ordre de la rédaction littéraire est inversé : on commence directement par la conclusion. Sachant que l'information contenue au dessus de la ligne de flottaison (le "fold" ou pli) sera davantage lue, il faut rapidement répondre aux principales questions du lecteur :

- Qui
- Quoi
- Quand
- Où
- Pourquoi

- Combien
- Comment

Documents à consulter pour approfondir :

[Le modèle du gâteau en couches](#)

[Ecrire pour le web](#)