



BIEN RÉDIGER POUR LE WEB

Rédacteur est un métier à part entière et impose des règles strictes. La plupart des gestionnaires de sites savent écrire mais tous n'ont pas cette capacité à captiver l'internaute, à l'intéresser, à répondre à ses questions. Un site internet n'est pas seulement un catalogue produit, comme on le voit souvent à travers les éditions papiers. Un site internet raconte, met en avant vos valeurs, souligne vos forces concurrentielles, séduit par la qualité de ses photos. Si vous ne voulez pas que l'internaute quitte votre site avant même qu'il ait commencé à lire, alors suivez ces quelques conseils.

Quelques repères

90% des internautes ne lisent pas, ils scannent (lecture diagonale)

3/4 des internautes consultent des sites web avec leur mobile



Ecrire pour être lu

Pour attirer et retenir les internautes, il faut :

- Choisir des sujets qui intéressent les lecteurs.
- Construire son article en hiérarchisant les informations.
- Rédiger de façon simple, directe et concrète.
- Faciliter la lecture à l'écran.
- Veiller à la qualité technique du contenu.
- Intégrer des médias (photos / vidéos).

La ligne éditoriale

Chacune des pages de votre site est une porte d'entrée potentielle. Dans une très grande majorité des cas, l'internaute vous découvre avec un moteur de recherche et des mots-clés. Aussi, votre site doit offrir des contenus personnalisés en fonction des besoins. On arrête le généraliste, un discours marketing commun à toutes les cibles et on fait du spécifique, du contenu ultra personnalisé.

Vous devez vous poser les bonnes questions :

- De quoi l'internaute a-t-il besoin ?
- Quels sont les mots clés que mon client pourrait taper ?
- Le contenu éditorial est-il intéressant au point que des personnes pourraient s'échanger le lien ?
- Quels sont mes critères différenciants, mes forces, mes opportunités ?
- Mon lecteur se sent-il compris lorsqu'il lit mes contenus ?



Le sujet

Règle n°1 : Une page = 1 sujet

Vous ne payez pas votre site au nombre de pages créées. Sans tomber dans l'excès, vous devez sectoriser au maximum l'information. Qu'avez vous à dire et à qui ?

Règle n°2 : Un sujet doit être :

Pratique : Vous apportez des informations utiles. Répondez aux questions, même les plus inattendues.

Divertissant : Ne soyez pas rébarbatifs. Soyez-vous mêmes, sincères, authentiques.

Inspirant : Inspirer, impressionner, déclencher une émotion ou encore donner envie. Faites-nous rêver !

Crédible : Apportez des preuves concrètes, citez vos sources, démontrez votre expertise.

Règle n°3 : Soyez proche de vos lecteurs

Les sujets qui marchent le mieux auprès des lecteurs sont ceux qui ont un lien de « proximité » avec eux. Cette proximité s'entend au sens large, on parle de valeurs partagées, de visions communes, d'identification. L'internaute a besoin de vous connaître : racontez-vous. Mettez en avant vos services, les "petits plus" qui font la différence.

La structure des contenus

TITRE : Pas de titre creux, le titre informe et donne envie d'en savoir plus.

ACCROCHE : On l'appelle aussi le "chapô". C'est une synthèse des informations essentielles. Il répond au question Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Comment ? Pourquoi ?

CONTENU : Découpé en plusieurs rubriques, il apporte des détails et répond à l'ensemble des questions de l'internaute.

INCITATION au CLIC : J'invite mon lecteur à interagir, idéalement avec des liens sous forme de bouton : Je télécharge, je réserve, A découvrir aussi...



10 conseils pour bien rédiger pour le web

1 - Faire bref et concis. Les phrases à rallonge sur internet ne sont pas lues.

2 - Faciliter au maximum la lecture en diagonale, donner des repères visuels avec la mise en page pour permettre au lecteur de vite trouver l'information.

3 - N'oubliez pas que votre page d'accueil est une porte d'entrée parmi les autres pages. Concentrez votre stratégie rédactionnelle sur l'ensemble de vos pages.

4 - Les lecteurs sur mobiles sont maintenant largement majoritaires. Pensez-y et testez vos pages.

5 - Faites simple. Vos capacités littéraires sont inutiles pour bien vendre. Le client réserve ou achète pour la qualité de votre produit uniquement.

6 - Prenez du temps pour bien comprendre comment fonctionne votre éditeur de site, comment mettre en forme le chapô, texte en couleur, taille de l'image.

7 - Tenez vous à une mise en page unique, simplifiez la mise en page et respectez les mêmes codes graphiques pour l'ensemble de vos pages. Votre contenu ne doit pas ressembler à un sapin de Noël.

8 - Écrire prend du temps, ne soyez pas pressé de finir. Rédigez contenu par contenu.

9 - Analysez au maximum votre cible marketing, actuelle et potentielle, allez chercher les questions qu'ils se posent, leurs besoins, les déclencheurs d'achat.

10 - Donnez un angle à vos contenus, des choix francs et assumés, des promesses tenues, des croyances, des valeurs. Suscitez l'intérêt et inspirez la confiance.



Marine

Le Rendez-vous du mois

Le 24 avril 2020
1 commentaire

Après avoir visité - en ligne - l'**Arsenal de Rochefort** et la **Route des Forts**, je vous emmène aujourd'hui... au bord de l'eau, les pieds dans le sable ! Car, à **Rochefort Océan**, ce qui nous manque le plus pendant cette période de confinement, c'est la mer ! Nous avons hâte de pouvoir profiter des plages, respirer l'air iodé, admirer le coucher du soleil sur **Fort Boyard**, naviguer ... le long de nos 25 kilomètres de façade maritime !

D'ici là, essayons d'en apprendre un peu plus sur notre environnement littoral et ses richesses...



L'huître, spécialité locale

Il suffit de se balader sur les sentiers côtiers à **Fouras-les-Bains** ou **Port-des-Barques** pour remarquer immédiatement l'importance de l'activité ostréicole en **Charente-Maritime**.

Connaissez-vous bien ce mollusque très apprécié des gastronomes ?