



COMMENT DEVENIR RÉDACTEUR WEB EN 2021 ?

Rédaction Web Level Up !

COMMENT DEVENIR RÉDACTRICE WEB OU RÉDACTEUR WEB ?



Devenir rédacteur web ou rédactrice web vous tente ? Vous souhaitez en apprendre plus sur la rédaction web ? Fiche métier, salaire, compétences, clients... Découvrez toutes les informations utiles pour bien commencer votre carrière de rédacteur web freelance ou salarié et acquérir une vision réaliste du métier.

Nos autres ressources pour découvrir le métier :

La chaîne YouTube : [Audrey Clabeck - Rédaction Web Level Up !](#)

Le blog : [Un Article pour le Web](#)

Le groupe Facebook : [Rédacteurs web Corner](#)

Nos formations : [Rédaction web Level Up !](#)



Devenir rédacteur web



Ce que vous devez savoir

Avant de vous lancer.

LAV

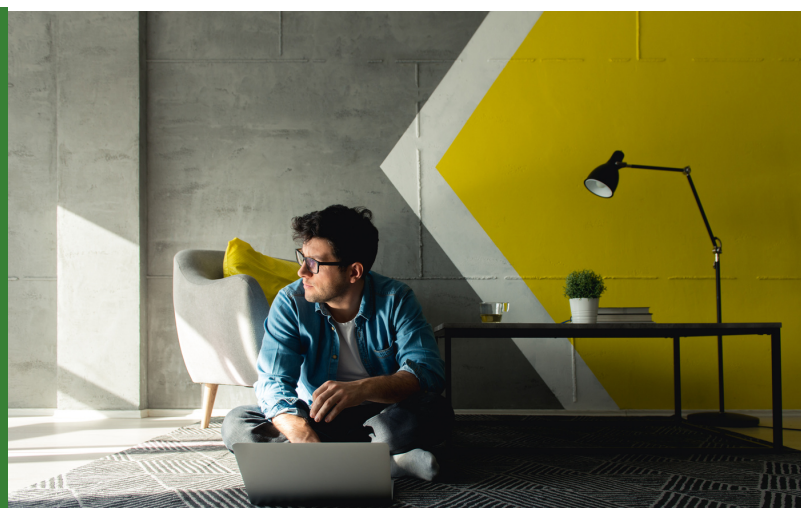
QU'EST-CE QU'UN RÉDACTEUR WEB ?

Un rédacteur web écrit les contenus destinés à être publiés sur Internet. Ses textes doivent répondre aux besoins des internautes tout en respectant les grands principes de la rédaction web SEO. Lors de la rédaction de ses articles ou d'une page web, il satisfait aux exigences des moteurs de recherche en général et de Google en particulier.

Il existe plusieurs orientations lorsque l'on choisit ce métier :

- **Devenir rédacteur web généraliste** : ce type de rédacteur privilégie la diversité des thématiques et des sujets. C'est une voie prisée en début de carrière, car elle aide à découvrir l'ensemble des possibilités offertes par le métier. C'est également une option intéressante économiquement, car elle permet de répondre à un plus grand nombre de missions de rédaction.
- **Devenir rédacteur web spécialisé dans une thématique** : c'est le choix opéré par des personnes en reconversion professionnelle ou ayant acquis, durant leurs premières années de travail, des connaissances techniques sur un sujet précis. Elles choisissent donc de se spécialiser dans une thématique : le droit, la santé, l'écologie, la science, le marketing, l'enseignement...
- **Devenir rédacteur web spécialisé dans une technique** : cette alternative est le plus souvent retenue par des rédacteurs web expérimentés, attirés par certains aspects plus techniques du métier : cocon sémantique, silos thématiques, copywriting, storytelling, UX Writing, rédaction pour l'e-commerce...

« Devenir rédacteur web, c'est faire le choix d'un métier d'avenir dans lequel toutes nos compétences professionnelles antérieures peuvent être exploitées. »



COMMENT DEVENIR RÉDACTEUR WEB ?

QUELS SONT LES AVANTAGES DE CHAQUE ORIENTATION ?



RW GÉNÉRALISTE

Nouvelles recherches chaque jour qui satisfont les plus curieux

Variété des missions, pas de monotonie

Possibilités de répondre à (presque) toutes les demandes

RW SPÉCIALISÉ

Gain de temps dans les recherches

Vocabulaire précis et adapté

Bonne maîtrise et compréhension du sujet

Tarifs plus élevés

RW TECHNIQUE

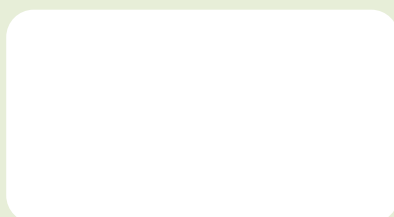
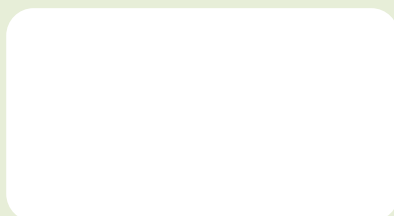
Variété des missions

Tarifs plus élevés

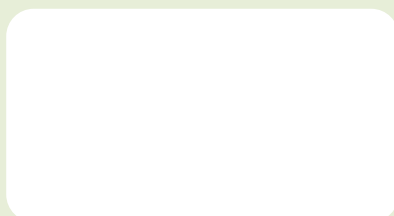
QUELS SONT LES AVANTAGES DE CHAQUE ORIENTATION ?



RW GÉNÉRALISTE



Portfolio étoffé sur un large éventail de sujets (démontre les capacités d'adaptation)



RW SPÉCIALISÉ

Satisfaction de rédiger dans ses sujets de prédilection

Fidélisation des clients

Portfolio étoffé sur une thématique précise, ce qui rassure le client

Moins de concurrence

RW TECHNIQUE

Satisfaction de rédiger dans ses sujets de prédilection

Réputation et notoriété dans un domaine défini

Portfolio étoffé sur une technique précise, ce qui rassure le client

Moins de concurrence

QU'EST-CE QU'UN RÉDACTEUR WEB SEO ?

«*Au royaume des référenceurs, les robots sont ROIs.*»

Un rédacteur web SEO est un professionnel du Web qui maîtrise les techniques de rédaction web orientées référencement naturel. Son travail consiste à écrire des contenus optimisés pour améliorer le positionnement des sites de ses clients dans les moteurs de recherche et ainsi augmenter le trafic SEO sur ceux-ci. En effet, si une page est mal placée dans les résultats de recherche, elle ne sera pas lue par les internautes. Il est donc essentiel de la rendre accessible.

Pour ce faire, le rédacteur web doit parfaitement manier :

- la structure d'un article ;
- la sémantique ;
- l'intitulé des titres et sous-titres ;
- les balises HTML ;
- certains outils d'optimisation dont les clients sont souvent friands.

Ce type d'écriture n'a rien à voir avec la littérature. En effet, sur une page web qui sera lue d'un ordinateur ou d'un smartphone, on n'attend pas vraiment des figures de style ou des phrases longues et acrobatiques. On attend des textes de qualité, qui apportent de la substance aux internautes, mais dont le format est adapté aux outils digitaux.

Si la maîtrise de la langue et de la ponctuation est une base, elle est loin d'être suffisante. Hiérarchiser les titres, placer des mots-clés où il faut, quand il faut, développer un champ sémantique adapté, comprendre les intentions de recherche de la cible quand elle tape une requête, connaître les balises HTML font donc partie des compétences du rédacteur web seo.

POURQUOI DEVENIR RÉDACTEUR WEB OU RÉDACTRICE WEB ?



Chaque jour, des milliers de nouveaux sites web sont créés sur Internet. Chacun de ces sites a besoin de contenus.

En France, près de 80% des entreprises possèdent un site web et les plus dynamiques d'entre elles investissent dans une stratégie de contenu. D'ailleurs, la communication digitale rattrape à grands pas la publicité télévisuelle... et la crise sanitaire a donné un réel coup d'accélérateur à cette évolution.

La demande en contenu digital de qualité est bien là, le rédacteur web est donc un profil ou un prestataire recherché par les entreprises.

COMMENT DEVENIR RÉDACTEUR WEB ?

L'ESSOR DE LA COMMUNICATION DIGITALE

Devenir rédacteur web, c'est l'assurance de choisir un métier en plein essor. La demande de textes optimisés est importante et les besoins en communication évoluent... La communication digitale est devenue un enjeu pour les entreprises.

Si la profession a longtemps été perçue comme le parent pauvre des métiers du Web, ce n'est plus le cas aujourd'hui. Sans contenu de qualité, il est compliqué pour un site de bien se positionner dans les résultats de recherche. Les développeurs, consultants SEO et propriétaires de sites web en ont pris conscience et investissent désormais dans des contenus aux standards de plus en plus exigeants pour les pages importantes de leurs sites.

Google lui-même ne base plus ses algorithmes sur le nombre de mots-clés par page, mais sur la qualité qu'il est capable d'analyser. Or pour produire des textes de qualité, il faut des professionnels formés et compétents. Si tout le monde ou presque sait écrire, tout le monde ne sait pas bien écrire pour le Web.

LE BOUM DU TÉLÉTRAVAIL

Le métier de rédacteur web peut se pratiquer exclusivement à domicile. Cette possibilité de travailler de chez soi attire de nombreuses personnes qui envisagent une reconversion professionnelle. La rédaction web à domicile est particulièrement appréciée des femmes qui y trouvent un moyen d'obtenir l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle. Ce qui n'empêche pas les hommes d'être de plus en plus nombreux à choisir cette voie. Ils optent notamment pour des spécialisations techniques ou pour le copywriting.

Depuis la crise sanitaire et le confinement, **le télétravail a gagné en popularité.** Les salariés comme les freelances se sont rendu compte que les trajets maison/bureau empiétaient sur leur temps familial et ont pris goût au trajet maison/maison pour travailler.

Certains se sont choisis un espace de coworking hors de chez eux pour garder le côté convivial des relations entre collègues. D'autres voyagent avec leur ordinateur portable sous le bras et se sentent productifs n'importe où. Chacun y trouve son cocon de travail le plus adapté.

APPRENDRE LA RÉDACTION WEB : ÉTUDES ET FORMATIONS



Longtemps **les rédacteurs freelances ont été autodidactes**. Il faut dire qu'il y a encore quelques années, la création de contenus optimisés pour le Web était plus simple à pratiquer qu'actuellement.

L'évolution des moteurs de recherche et la montée en puissance du référencement naturel a changé la donne.

La rédaction web est en perpétuelle évolution et une formation complète, mise à jour régulièrement par la suite, est plus que nécessaire pour répondre aux exigences du métier sur la Toile.

COMMENT DEVENIR RÉDACTEUR WEB ?

LES ÉTUDES POUR DEVENIR RÉDACTEUR WEB

Plusieurs cursus permettent d'**acquérir un bagage solide en communication**. Mais attention tout de même, beaucoup d'entre eux n'abordent pas l'écriture pour le Web ou bien de manière trop succincte.

La **licence pro mention métiers du numérique** ou les formations publiques, comme la « licence de lettres parcours rédaction professionnelle et communication multimédia » (BAC +3), sont de bonnes formations pour devenir rédacteur web online.

Il existe aussi de grandes écoles, comme des universités, qui mènent à ce métier. Quelques exemples :

- L'école des hautes études en sciences de l'information et de la communication à la Sorbonne, avec son master pro « communication et technologie numérique ».
- L'école des métiers et de la communication (Paris), avec le master « communication et stratégie digitale ».
- Certaines spécialisations en école de journalisme.
- L'université Lille 3 et sa filière « métiers de la rédaction ».
- L'université d'Angers et sa spécialité « édition, édition multimédia et rédaction professionnelle ».
- Enfin, certains masters de droit, économie ou gestion ont une spécialité dédiée aux contenus numériques.

D'autres parcours universitaires permettent d'accéder à ce métier. Retrouvez la liste des études conseillées pour devenir rédacteur web sur le site de l'ONISEP, métier rédacteur - rédactrice Online.

Outre les cursus post-bac classiques, on trouve aujourd'hui des formations en ligne de rédaction web destinées aux reconversions professionnelles. La qualité est variable.



TROUVER UNE FORMATION EN RÉDACTION WEB ONLINE

Il existe de nombreuses formations en rédaction web. Mais attention, bien choisir votre formation pour devenir rédacteur ou rédactrice web implique de définir préalablement vos besoins.

Certaines formations proposent uniquement les bases de l'écriture pour le Web, alors que d'autres abordent l'ensemble des compétences requises pour être rédacteur web : rédaction, SEO, prospection, marketing...

Les questions à vous poser lors du choix de votre formation en rédaction web :

- Les exercices sont-ils corrigés ?
- La formation est-elle proposée en apprentissage libre ou avec accompagnement ?
- Le formateur est-il disponible pour les apprenants ?
- Quelle est la durée de la formation ?
- Quelles sont les compétences du formateur ou de la formatrice ?
- Quel est le programme de la formation ?
- La formation vend-elle du rêve ou se montre-t-elle pragmatique ?
- Ai-je facilement accès à un intervenant pour lui poser des questions précises en amont ?

Découvrir nos formations pour rédacteurs



RÉDACTION WEB LEVEL UP !

Des formations pratiques pour booster vos compétences et votre activité de rédacteur web freelance



COMMENT DEVENIR RÉDACTEUR WEB ?



LES COMPÉTENCES DU RÉDACTEUR WEB



Un rédacteur web se doit de posséder un ensemble de compétences lui permettant de réaliser tous les types de missions de rédaction. Il doit également **avoir une bonne conscience des enjeux marketing** pour ses clients et **maîtriser les notions de SEO** en lien avec son métier. Enfin, certains choisissent de se spécialiser dans **le copywriting ou le storytelling**, deux techniques de rédaction pour le Web qui demandent des compétences particulières.

Mais voyons plus en détails les compétences d'une rédactrice ou d'un rédacteur web.

LE RÉFÉRENCEMENT NATUREL (SEO)

Quand on écrit, c'est évidemment pour être lu... sinon, autant se lancer dans un journal intime !

Le référencement naturel est un incontournable en rédaction web. Il permet aux textes d'être bien positionnés dans les moteurs de recherche, car on sait que l'internaute clique rarement au-delà de la première page.

Il y a donc différentes techniques à connaître :

- La hiérarchisation des balises Hn (le titres, sous-titres, etc.) ;
- La rédaction du chapô ;
- Le choix des mots-clés ;
- Le choix des liens internes (qui renvoient à d'autres textes du site) et externes (qui dirigent vers des sources d'autorité) ;
- Le champ sémantique qui tourne autour du mot-clé choisi ;
- Le HTML : certains clients veulent que le rédacteur insère directement les balises qui mettent le texte en forme (caractères gras, listes à puces...).

À noter : outre la technique, La qualité du texte est devenue un élément essentiel : en effet, Google calcule le temps que l'internaute passe sur un texte. Si trop de lecteurs partent avant la fin, le robot estime que le texte est de mauvaise qualité.

Enfin, Google mesure le taux de rebond : après lecture, l'internaute a-t-il l'appétit assez aiguisé pour lire les autres pages du site ou s'en va-t-il surfer ailleurs ? C'est ce que l'on appelle le taux de rebond et c'est également un critère de qualité : plus il est élevé, moins le texte semble intéressant aux yeux impitoyables de Google ! Eh oui, il n'y a qu'une seule première page de résultats et des millions de pages web !

LE MARKETING

Un bon rédacteur web ne peut se passer de connaissances en marketing en général, et en marketing digital en particulier.

La rédaction web s'inscrit dans une stratégie plus globale de marketing de contenu. Son but est de développer l'image de marque et la notoriété du client ainsi que la confiance de son audience.

Pour maîtriser sa communication, l'entreprise, accompagnée du rédacteur web, doit :

- déterminer le profilage de la cible ;
- créer un persona cohérent (un client-type) ;
- apporter les informations qui correspondent aux intentions de recherche des internautes ;
- utiliser un langage et des références adéquats ;
- connaître les techniques d'appel à l'action ;
- prendre en compte les spécificités du secteur ;
- respecter les standards de la rédaction web.

L'UX WRITING

L'UX Writing n'est pas principalement orientée SEO, mais expérience utilisateur. La rédaction tient compte du design et de la navigation. Elle vise la conversion de l'internaute en le guidant. L'UX Writer et l'UX designer travaillent de concert afin que le design et les mots rendent l'interface performante.

Si l'UX Writing peut sembler proche du copywriting, c'est dans l'objectif qu'ils se distinguent. Le premier vise à ce que l'internaute ait une action précise alors que le second cherche à ce que l'internaute comprenne et trouve une réponse à sa recherche.

C'est une base ! Une condition nécessaire, mais loin d'être suffisante.

L'orthographe renvoie l'image du client que l'on représente. Des fautes laissées ici et là donnent une impression d'amateurisme. Il est donc essentiel de la maîtriser.

La plupart des Français sont persuadés d'être bons en orthographe, pourtant, il y a de nombreuses exceptions que nous ignorons. L'idéal est donc de se mettre à jour avant de se lancer dans la rédaction web, et ce, même si vous êtes professeur des écoles ou de français.

Et n'oubliez pas la typographie... essentielle ! Les espaces avant et après la ponctuation, impossible de les mettre de travers ! Les listes à puces, elles aussi, répondent à des règles précises.

Enfin, on hésite souvent sur les mots qui méritent une majuscule et ceux qui n'en ont pas besoin... tout cela est à réviser.

Le projet Voltaire est devenu une référence dans le domaine, mais il peut encore être complété si vous souhaitez vraiment devenir incollable.

Il existe aussi de nombreux livres bien utiles pour améliorer son orthographe et sa maîtrise de la typographie.

C'est un terme anglo-saxon qui provient du marketing. **C'est une rédaction à objectif purement publicitaire dont le but est d'inciter fortement la cible à réaliser une action.** Pour ce faire, le copywriter (ou concepteur-rédacteur) doit maîtriser certaines techniques et apporter une touche en plus afin que les « ficelles » ne soient pas perçues par les internautes. Il doit aussi avoir le sens de la formule qui fait mouche.

Souvent, le concepteur-rédacteur n'est pas payé au nombre de mots mais au résultat. Certains d'entre eux gagnent plusieurs milliers d'euros par page !

Le copywriting implique un « **call to action** », un appel à l'action. Quelles actions sont recherchées ?

Quelques exemples :

- achat d'un produit ou d'un service ;
- demande d'information ;
- demande de devis ;
- don pour une cause ;
- inscription à une newsletter ;
- ouverture d'un e-mail ;
- prise de contact ;
- inscription à un évènement ;
- lecture d'un article.

Plus l'action demandée implique le lecteur, plus la technique est difficile. En effet, il est plus simple d'inciter à lire un article que de demander une somme d'argent pour une cause.

C T A

LE STORYTELLING

Il ne suffit pas de savoir raconter des histoires, car ça, c'est de la littérature !

Là, il s'agit de mettre en place une stratégie cohérente avec les valeurs de l'entreprise et dont le but est de créer des émotions pour vendre. Il ne faut donc pas seulement embarquer son public, mais l'emmener vers un point précis. Le convertir, lui permettre de se sentir proche de la marque, en accord avec elle.

Le storytelling ne se déploie pas seulement à l'écrit, mais aussi dans toutes les formes de communication.

Il faut donc définir une stratégie :

- comprendre son audience et définir son besoin ;
- déterminer le registre, le format et le langage ;
- intégrer les valeurs de l'entreprise ;
- fixer un objectif ;
- raconter l'histoire sans perdre sa cible en route.



LES CONTENUS À RÉDIGER

Le Web est vaste. Le rédacteur web rédige donc des textes très différents les uns des autres, non seulement en ce qui concerne les thématiques, mais aussi en ce qui concerne les formats. De l'article de blog au livre blanc, il y a toute une palette de textes à rédiger.

RÉDIGER DES ARTICLES DE BLOG

Eh oui ! Les bloggeurs ne blogguent plus ! Enfin, plus tous ! Certains font appel à des rédacteurs web. Les blogs d'entreprise sont également rédigés par des spécialistes de l'écriture online.

Les articles de blog sont essentiellement informatifs. Ils doivent être publiés régulièrement pour attirer Google (encore lui !) et fidéliser les internautes. Ils doivent aussi nourrir la curiosité de la cible, partager une vision, mettre en valeur le produit, l'activité ou les idées que le client souhaite présenter dans son blog.

Entre 600 et 3000 mots selon les thématiques, ils respectent généralement un format assez précis.

Un bon article de blog ne se contente pas de recycler les informations trouvées chez les concurrents, il apporte un nouvel angle, des informations supplémentaires, un rythme et un style uniques.

RÉDIGER DES FICHES PRODUITS

Les fiches produits sont des textes généralement plus courts, qui accompagnent les photos d'articles vendus dans les catalogues en ligne.

En général, les fiches produits sont commandées en grand nombre. On ne doit jamais réécrire la même. Cela demande de la créativité pour les familles d'articles similaires.

Elles sont le plus souvent organisées par catégories et ont une fiche mère, la fiche catégorie qui synthétise l'ensemble.

Elles doivent donner envie d'acheter le produit et chaque mot doit être pesé, réfléchi et percutant.

Enfin, chaque fiche doit respecter l'identité du client. Les mots seront adaptés à la cible et au produit. Ainsi, on ne rédige pas une fiche produit de commode comme celle d'un sweat à capuche !

RÉDIGER DES CONTENUS POUR SITES WEB

Dans un site web, il y a différentes pages qui répondent à des techniques différentes. Elles servent de « porte d'entrée » sur le site web.

La page « à propos » ou « qui sommes-nous », par exemple, peut être sous forme de storytelling. Elle exigera une interview précise du client afin de retranscrire son histoire et ses valeurs.

La page « tarifs » sera plus synthétique.

Il y a également plusieurs autres pages comme, par exemple les :

- « FAQ » (questions fréquentes) ;
- Service
- Cas client
- Contact ;
- Informations légales ;
- Conditions légales de ventes (généralement rédigées par un avocat)...

RÉDIGER DES LIVRES BLANCS

Le livre blanc est une très ancienne technique marketing qui a pris un nouvel essor avec le développement d'Internet.

L'ebook consiste à offrir un guide pratique rempli d'informations utiles à son audience. C'est un échange gagnant-gagnant : la cible bénéficie d'informations intéressantes et l'entreprise auteur du livre blanc prouve son niveau d'expertise. Ainsi, quand la cible cherche à satisfaire un besoin et constate que le livre blanc y répond, la magie de la rencontre entre l'entreprise et son prospect opère !

Le livre blanc présente plusieurs caractéristiques. Il est :

- technique ;
- gratuit ;
- sur une thématique précise ;
- source d'informations précieuses et utiles ;
- long (plusieurs pages) mais pas trop !

COMMENT DEVENIR RÉDACTEUR WEB ?

RÉDIGER DES SÉQUENCES D'EMAILING

C'est l'un des canaux dont le retour sur investissement est le plus important. À ne surtout pas négliger ! Tous les mails envoyés aux prospects en font partie :

- newsletters ;
- mail d'abandon de panier ;
- mails d'anniversaire, de remerciements, de félicitations ;
- mails de au revoir en cas de désabonnement ;
- mails promotionnels...

Avec tous les mails que nous recevons quotidiennement, il faut accrocher le lecteur dès le titre pour obtenir un bon taux d'ouverture et rédiger un sans-faute pour assurer un taux de clics satisfaisant (CTR en abrégé pour Click Through Rate).

Il faut de plus en plus faire preuve de créativité. Le lecteur s'habitue et n'est plus dupe ! Ça demande de la technique et du talent !



DEVENIR RÉDACTEUR WEB FREELANCE

Le statut de freelance fait rêver. Il présente de nombreux avantages, dont le plus flagrant : le sentiment de liberté. Quelques inconvénients méritent cependant d'être soulignés.

AVANTAGES & INCONVÉNIENTS

Du statut de freelance



« Les principaux avantages résident dans la souplesse que ce statut vous offre au quotidien. Les inconvénients, qui constituent le revers de la médaille, concernent la sécurité. »

Avantages et inconvénients du statut de freelance

Avantages du statut de freelance	Inconvénients du statut de freelance
Choix de ses jours et horaires de travail	Pas d'assurance chômage
Choix de ses missions	Pas de congés payés
Télétravail	Pas d'arrêts maladie payés
Meilleure gestion vie familiale/vie professionnelle	Pas de revenus en l'absence de clients
Choix de ses partenaires de travail	Beaucoup plus de responsabilités vis-à-vis de son chiffre d'affaires, de ses clients, de ses textes...
Choix de ses tarifs (en tenant compte du marché)	Une nécessaire polyvalence : prospection, gestion client, facturation, rédaction web...
	Charges sociales à payer chaque mois ou trimestre

QUEL STATUT POUR LE RÉDACTEUR WEB ?

La forme juridique la plus simple et la moins onéreuse est **la micro-entreprise**.

Avantage : vous ne réglez aucune charge sociale tant que vous n'engendrez aucun chiffre d'affaires. Cela permet de se lancer sereinement, sans devoir payer avant même d'avoir engrangé le moindre euro.

Pour garder ce statut, un plafond de chiffre d'affaires est fixé annuellement.

Inconvénient : vous ne bénéficiez ni d'un régime de retraite, ni de l'assurance chômage, ni même de déductions fiscales liées aux frais de fonctionnement... mais vous ne facturez pas la TVA au-dessous d'un certain seuil de CA fixé annuellement.

D'autres formes juridiques sont possibles comme :

- l'EIRL (entreprise individuelle à responsabilité limitée) ;
- la SASU (Société par actions simplifiées unipersonnelle) ;
- l'EURL (entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée).

La SASU et l'EURL exigent l'aide d'un professionnel du droit pour rédiger les statuts.

Dans tous les cas, il n'y a pas de capital social minimum pour créer son entreprise... enfin, si : 1 euro ! Pour l'EIRL, vous devez affecter un bien au patrimoine professionnel.



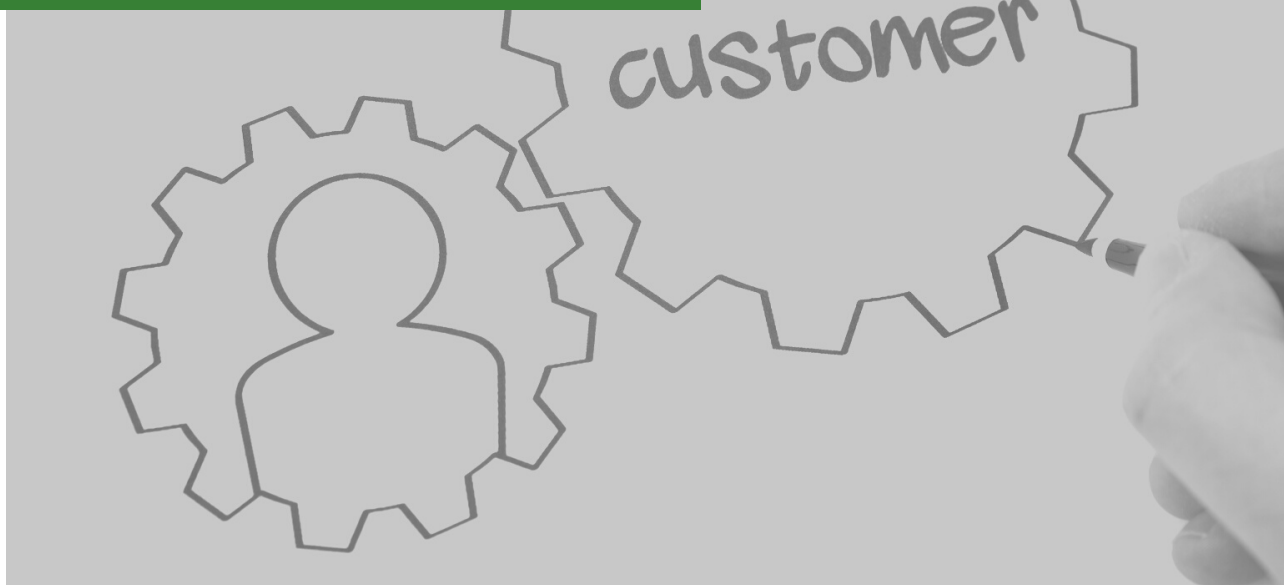
COMMENT TROUVER DES MISSIONS DE RÉDACTION ?



C'est ce qui effraie le plus les débutants ! L'écriture, en général, ils connaissent, même s'ils ne maîtrisent pas encore les techniques et l'esprit du métier. C'est même ce qui les amène à s'intéresser au métier... mais où trouver des clients ? Où et comment faire entrer du chiffre d'affaires, c'est autre chose... on sort de son cœur de métier pour prospecter, devenir commercial... et pas le commercial de n'importe quoi... celui de soi-même ! Or vendre ses compétences et les évaluer avec un tarif, c'est tout un art ! Rassurez-vous, il y a des formations de rédaction Web qui intègrent cette dimension !

TROUVER DES CLIENTS

quand on est freelance



La base, pour trouver des clients, c'est de se créer un portfolio. Personne ne peut croire que vous êtes rédacteur ou rédactrice professionnel si vous n'avez pas quelques éléments qui le prouvent et qui permettent d'évaluer la qualité de votre travail.

Une fois le portfolio bien étoffé, c'est déjà plus facile. Il y a donc plusieurs étapes.

Vous pouvez rechercher les sites dont les thématiques vous plaisent et adresser des mails ciblés à leurs propriétaires. C'est un travail de longue haleine qui demande patience et humilité. Vos mails doivent être très bien préparés et réfléchis.

Vous aurez le titre et les premières lignes pour convaincre. Rassurez-vous, certaines formations enseignent comment réussir un mail de prospection et augmenter le taux d'ouverture !

LES PLATEFORMES

de rédaction web

Certains rédacteurs web débutent sur les plateformes de rédaction, mais ce n'est vraiment pas un passage obligatoire. Elles permettent de se « faire la main » puisqu'elles proposent des missions de rédaction.

Leur unique avantage : vous plonger dans le grand bain de la rédaction.

Leurs inconvénients :

- des tarifs ridicules (environ 10 à 15 euros pour un long texte) ;
- une relation client très réduite (c'est la plateforme qui gère) ;
- des briefings souvent sommaires (c'est le client qui les propose) ;
- absence de contact téléphonique avec le client pour préciser sa demande ;
- pas de réelle rédaction web en profondeur (persona, maillage interne inexistant) ;
- des textes parfois soumis à la confidentialité, ce qui ne permet pas toujours de les présenter dans un portfolio.

Elles permettent cependant à certains rédacteurs de prendre confiance, car ils écriront leurs premiers textes et recevront les retours clients qui peuvent être très satisfaits (ou pas !).

Souvent, les plateformes de rédaction imposent un test d'entrée. Il est intéressant de le passer pour vérifier son niveau. En cas de refus, cela vous indique clairement qu'il faut travailler encore pour tenter de percer dans le milieu.

Mieux vaut choisir une véritable formation qui assure un suivi personnalisé et vous donne les outils pour ne pas brader vos compétences.

LES GROUPES FB

pour rédacteurs web

Les groupes Facebook spécialisés sont généralement bienveillants et apportent de nombreuses informations aux débutants comme aux plus expérimentés.

Les clients et les agences postent régulièrement des annonces, les rédacteurs y répondent et peuvent décrocher des missions de rédaction.

La concurrence y est rude, mais lorsque le rédacteur a bénéficié d'une solide formation ou d'une expérience reconnue, il y trouve vite sa place.

Un groupe particulièrement dynamique et généreux en secrets de rédacs, c'est Rédacteurs Web Corner : entraide et échanges autour de la rédaction web.

Rejoindre le groupe Rédacteurs Web Corner



COMMENT DEVENIR RÉDACTEUR WEB ?

PROSPECTER SUR

LinkedIn

LinkedIn est un excellent réseau professionnel. Il présente certains standards auxquels il convient de répondre pour gagner en visibilité et en crédibilité.

En premier lieu, vous devez choisir une photo professionnelle. Laissez tomber l'image de votre chat avec un chapeau de père Noël ou celle de votre famille à la plage ! Choisissez une photo qui correspond à votre métier et qui renvoie une image de compétence, de sérieux.

Ensuite, définissez votre cible. Vous ne pourrez pas plaire à tout le monde et inversement... tout le monde n'est pas fait pour travailler avec vous ! C'est important d'en tenir compte. Une cible bien définie en amont, c'est beaucoup de temps gagné ensuite, dans les échanges !

Remplissez donc votre profil méticuleusement en tenant compte des attentes de VOS prospects. Une dose d'humour n'est pas interdite, mais elle doit être opportune et bien dosée.

Enfin, publiez régulièrement des posts de qualité sans tomber dans l'autopromotion et le « moi, je ». Partagez avec les autres membres des informations rares, utiles dont vous avez la primeur. Vos compétences ressortiront et attireront les personnes qui correspondent à vos cibles.

ÉCRIRE POUR UNE CAUSE QUI VOUS TIENT À CŒUR

Il existe de nombreuses associations qui recherchent des bénévoles. Lorsque vous débutez (et même après), c'est l'occasion de vous construire un portfolio, tout en respectant les standards du Web.

Certes, ce n'est pas rémunéré, mais vous forgerez pour devenir forgeron tout en améliorant le monde !

Associations sportives, caritatives, de loisirs, elles ne manquent pas et ont une moralité plus respectueuse des freelances que les plateformes de rédaction. De plus, écrire sur un sujet que l'on aime, au début, ça évite le « syndrome de la page blanche ».

COMBIEN GAGNE

un rédacteur web freelance ?

Pour un rédacteur web freelance, tout dépend de sa spécialité, de son expérience et de son expertise.

C'est un sujet très tabou chez les freelances et il est difficile de connaître la moyenne. Chacun instaure ses tarifs en fonction de ses compétences, de son expérience, de ses besoins, de ses demandes, de son niveau de vie, de ses capacités de travail.

On peut légitimement espérer gagner entre 1 000 et 3 500 euros nets par mois. Oui, la fourchette est large ! Un copywriter peut gagner davantage.

Un rédacteur qui écrit au kilomètre pour remplir des sites dans un but purement SEO ne pourra pas exiger les mêmes tarifs que celui qui traite ses sujets de manière fouillée, sourcée et approfondie, avec un angle qui sort de l'ordinaire. Ses tarifs seront plus bas, mais ses écrits plus nombreux.

Tout dépend aussi de l'énergie mentale que l'on met dans ses textes. Là encore, écrire au kilomètre est plus rapide, mais peut s'avérer moins stimulant. Écrire en profondeur peut être motivant, mais plus fatigant intellectuellement... Selon votre personnalité, vos préférences ressortiront.

DEVENIR RÉDACTEUR WEB PROFESSIONNEL



Certains rédacteurs web se sont lancés en autodidactes, mais le marché étant de plus en plus concurrentiel, il est dommage d'essayer les plâtres sur des missions et de nuire à sa réputation parce qu'on démarre trop vite. Apprendre seul, c'est apprendre de ses erreurs, c'est aussi expérimenter et perdre du temps... Mais ce n'est pas impossible avec de la volonté et de la persévérance.

Comme nous l'avons vu, il y a différentes formations, parmi lesquelles :

- les formations classiques, publiques et privées ;
- celles qui vendent du rêve ;
- celles qui font croire que la rédaction web relève de la haute voltige ;
- celles qui se veulent pragmatiques et donnent les outils pour connaître les techniques, prospecter, créer son entreprise.

Il est indispensable, pour se professionnaliser, de créer son entreprise et d'obtenir un numéro de Siret. Nous avons vu plus haut les différents statuts pour le rédacteur web.

COMMENT DEVENIR RÉDACTEUR WEB ?

TRAVAILLER EN ENTREPRISE OU EN AGENCE



Si vous êtes multipotentiel, ou que vous n'aimez simplement pas exercer la même profession au-delà de plusieurs années, sachez que le métier de rédacteur web débouche sur différentes possibilités d'évolution. Vous avez l'embaras du choix en fonction de votre personnalité et de vos goûts.

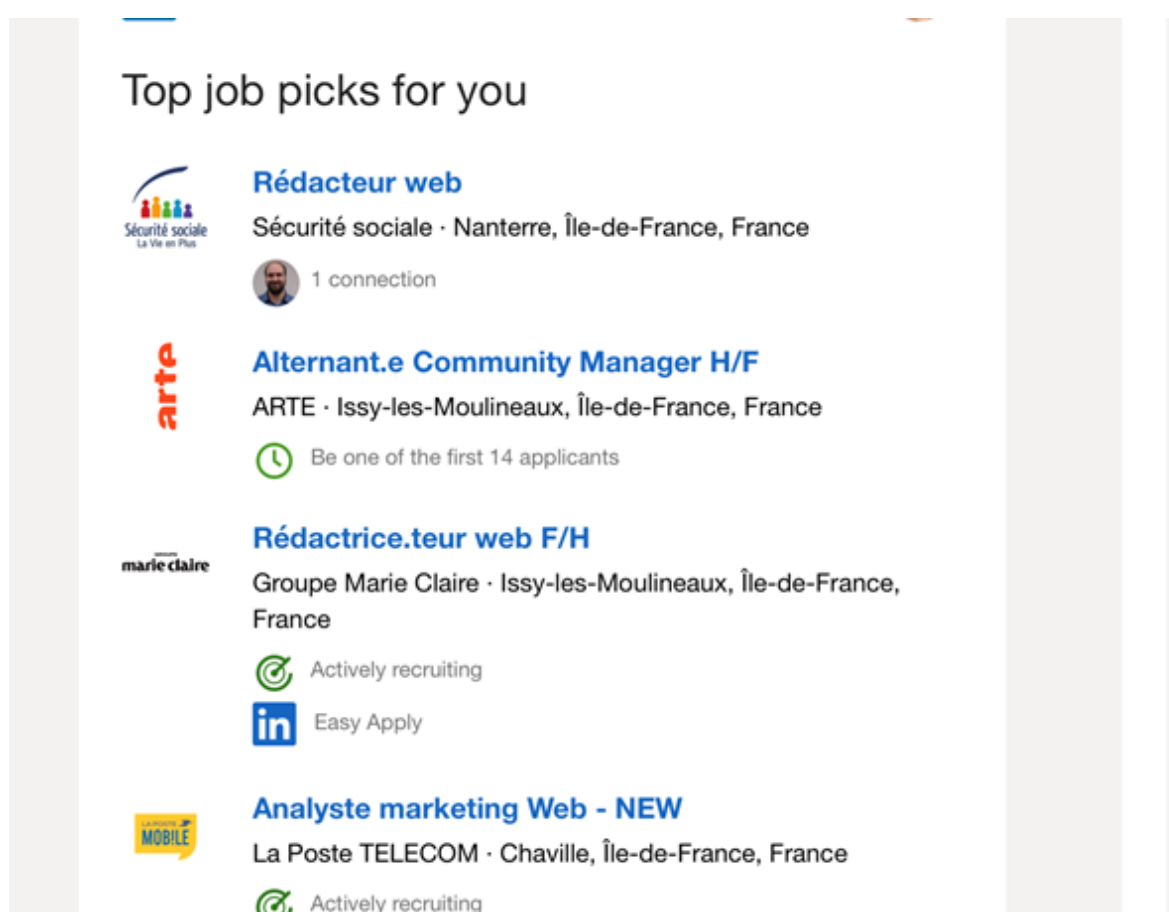
Avec l'expérience et la pratique, vous remarquerez que certains domaines vous attirent plus que d'autres.

D'ailleurs, il n'est pas rare que certains professionnels du secteur revêtent plusieurs casquettes.

QUELLES ENTREPRISES embauchent des rédacteurs web ?

Il suffit de se connecter sur Indeed ou sur LinkedIn pour voir que toutes les entreprises et tous les secteurs recrutent des rédacteurs web. En effet, qui, aujourd'hui, peut se passer d'un site web ?

Même les secteurs médias, qui emploient des journalistes, recherchent des rédacteurs web. Les services publics comme privés ont besoin de rédaction web. Un exemple ci-dessous d'avril 2021 : aussi bien la Sécurité sociale que le groupe Marie-Claire ont besoin de web rédacteurs.



The screenshot shows a LinkedIn interface with the heading "Top job picks for you". It lists four job opportunities:

- Rédacteur web** at Sécurité sociale · Nanterre, Île-de-France, France. It includes a profile picture and "1 connection".
- Alternant.e Community Manager H/F** at ARTE · Issy-les-Moulineaux, Île-de-France, France. It includes a clock icon and the text "Be one of the first 14 applicants".
- Rédactrice.teur web F/H** at Groupe Marie Claire · Issy-les-Moulineaux, Île-de-France, France. It includes a target icon for "Actively recruiting" and a LinkedIn icon for "Easy Apply".
- Analyste marketing Web - NEW** at La Poste TELECOM · Chaville, Île-de-France, France. It includes a target icon for "Actively recruiting".

TRAVAILLER EN AGENCE

Pour un freelance, travailler en agence présente des avantages et des inconvénients.

Avantages et inconvénients du travail en agence

Travailler en agence a de très bons côtés :

- concentrer son activité sur la rédaction ;
- limiter la prospection ;
- réduire le temps dédié à la relation client ;
- rassembler sur une seule facture les tarifs de plusieurs missions ;
- travailler sur de gros projets, partagés entre plusieurs rédacteurs ;
- bénéficier d'une ambiance et d'une émulation en collaborant avec des collègues.

L'inconvénient concerne souvent les tarifs. Ils peuvent être plus bas qu'en direct car l'agence ne travaille pas pour rien et doit donc prendre sa commission. Le rédacteur perd également un peu d'indépendance, il n'est pas maître des deadlines, ni des grandes décisions.

Dans certaines structures, les rédacteurs et rédactrices web peuvent être force de proposition, mais pas dans toutes.

Comment ça se passe concrètement dans une agence de rédaction web ?

L'agence fournit le briefing et le rédacteur rend son texte en retour. Les échanges se font généralement sur une plateforme (Trello, Asana, Monday, plateforme interne de l'agence...). Chaque agence a son mode de fonctionnement : certaines déterminent les tarifs et obligent les rédacteurs à adhérer à leur mode de fonctionnement, d'autres demandent aux rédacteurs de fixer leurs propres conditions et proposent des projets adaptés au fur et à mesure des entrées de commandes clients.

C'est un complément qui peut s'avérer intéressant, en parallèle des commandes clients individuelles. Cela donne de nouvelles opportunités et un accès à des projets de plus grande envergure.



DÉCOUVRIR D'AUTRES MÉTIERS EN LIEN AVEC LA RÉDACTION

Rédacteur web est l'un des nombreux métiers en lien avec la rédaction de contenus pour le web. Selon votre profil vous pourrez évoluer en ajoutant des compétences techniques à votre pratique ou en vous tournant vers une autre fonction.

RESPONSABLE ÉDITORIAL

Sur les gros projets, ceux qui exigent plusieurs centaines de textes, le responsable éditorial gère le travail de plusieurs rédacteurs, l'organise, l'harmonise, le supervise afin que toutes les pages soient en cohérence avec l'image et les valeurs du client.

Il se charge d'élaborer les briefings, le planning éditorial, les dispatche auprès des différents rédacteurs en fonction de leurs affinités et de leurs disponibilités et il est l'interlocuteur privilégié du client.

COMMERCIAL EN AGENCE WEB

Dans une grosse agence, le travail de prospection et la relation client sont occupés par une personne distincte des rédacteurs. Cela permet à ces derniers de focaliser leur attention sur leur cœur de métier et d'être déchargés de fonctions qui, parfois, leur plait moins.

Le commercial joue un rôle de « tampon » entre le client (qui peut avoir des exigences incompatibles avec les standards du métier) et le rédacteur, plus près la technique rédactionnelle.

La fonction du commercial est également utile, lorsque les personnalités des rédacteurs ou celles des clients présentent quelques faiblesses sur le plan de la diplomatie !

CONSEILLER EN STRATÉGIE DE CONTENU

Sur les projets de grande envergure, la position du rédacteur web peut s'avérer insuffisante. On entre dans le pôle marketing, avec une gestion globale de tous les modes de communication, écrits, vidéos, audios...

Le conseil en stratégie de contenu va travailler sur des statistiques, fixer des objectifs, définir les moyens et les mettre en place pour qu'une entreprise ou une marque communique au mieux avec son audience et augmente le taux de conversion (ses ventes).

Il peut être spécialisé dans la rédaction web, mais il devra communiquer avec les autres professionnels pour harmoniser l'ensemble de la communication digitale.

DIRECTEUR D'UNE AGENCE DE CONTENU WEB

L'agence web gère plusieurs projets en parallèle. Elle a besoin d'une équipe, car le travail à accomplir n'est plus possible par une seule personne.

Elle sélectionne les rédacteurs les plus adaptés aux missions qui arrivent, en fonction de leurs spécialités, de leurs préférences.

Même une grosse agence peut conserver un caractère « artisanal » et partager un certain état d'esprit et des valeurs avec ses équipes.

Au fur et à mesure que l'agence grandit, le directeur ou la directrice peut progressivement déléguer certaines fonctions comme la partie commerciale, stratégique, éditoriale...

CORRECTEUR

À force d'écrire et de tomber sur des exceptions, des problèmes d'accords et de vocabulaire, vous vous améliorerez, et ce, même si vous partez de très haut !

En complétant votre expérience par une mise à jour ou une formation, vous pouvez avoir envie de vous consacrer à la langue et uniquement à la langue en devenant correcteur.

Les grandes agences web font souvent relire les textes de leurs rédacteurs par un spécialiste de ce type.

CONSULTANT SEO

Il aide les entreprises à améliorer leur visibilité sur les moteurs de recherche. Il ne le fait pas comme le rédacteur, par l'écriture des textes, mais par la mise en place d'une stratégie qui va bien au-delà.

Il procède à l'audit d'un site existant, propose des pistes d'amélioration et les prend en charge. Il peut créer un cocon sémantique, gère la stratégie SEO globale, les backlinks (le maillage externe), le maillage interne, les mots-clés... Son but est d'améliorer la présence de son client non seulement sur Google mais aussi sur les réseaux sociaux.

PRÉPARER VOTRE AVENIR

Bonjour, je suis Audrey Clabeck...

...et je suis rédactrice web depuis 2014. Vous avez peut-être déjà lu mes contenus sur le site de mon agence : www.unarticlepourleweb.fr.

En 2019, j'ai créé un programme de formation à la rédaction de contenus seo pour entreprise. J'ai décidé de le décliner en version online et de l'adapter pour les particuliers ou professionnels souhaitant se former à la rédaction web SEO.

Avec Rédaction Web Level Up !, je vous propose un ensemble de formations adaptées à vos besoins, basées sur la pratique, avec des retours clairs sur vos exercices et des conseils pour améliorer votre technique de rédaction.

Parce qu'il ne suffit pas de bien rédiger pour être un bon rédacteur web, mes programmes combinent marketing, référencement naturel et rédaction web.

Je serai ravie de vous aider à concrétiser votre projet professionnel...

Audrey



DÉCOUVRIR LA FORMATION RÉDACTION WEB LEVEL UP !

 UN ARTICLE POUR LE WEB
RÉDACTION WEB & PRINT





DEVENIR RÉDACTEUR WEB

