

Rédiger une charte éditoriale Web 2017





Construire son
territoire éditorial

1 - Identité d'entreprise

- identité d'entreprise : savoir-faire, compétence, vision, sens
- services fournis à ses clients : valeur ajoutée et bénéfices
- causes : comment améliorer la vie de ses clients ?

2 - Objectifs de communication

- quels sont les objectifs de communication de l'entreprise :
attirer de nouveaux clients, fidéliser ses clients actuels, améliorer sa visibilité, faire découvrir, informer, etc. ?
- quels indicateurs permettent de mesurer l'atteinte de ses objectifs ?

3 – Décrire son éco-système

- réaliser une carte de son éco-système : clients, partenaires, fournisseurs, prescripteurs, influenceurs.
- dresser des **personae** pour se représenter plus précisément sa cible, ses besoins, leur fixer des **objectifs/attentes**, déceler les **contraintes et les obstacles** et proposer des solutions



Définir son
dispositif éditorial

1 - décrire les **supports** sur lesquels vous allez communiquer en fonction de vos objectifs : site Internet, newsletter, réseaux sociaux.

2 - préciser

- objectifs de communication
- contenus
- ligne éditoriale
- fréquence de mise à jour
- Indicateurs de mesure



Structurer
et planifier
ses contenus

1 –Arborescence du site

pour chaque rubrique, préciser

- cible
- valeur ajoutée
- angle éditorial
- gabarit
- fréquence de mise à jour

Agréments d'exemples détaillés

2 – Planning / Tableau de bord

construire un calendrier éditorial

- inventorier les **contenus existants** : vidéos, dossiers de fonds, FAQ, puis les organiser dans un planning sur 12 mois
- prévoir les **marronniers** (généraux et spécifiques à votre secteur) et les sujets associés
- relayer les grandes manifestations du secteur, etc.
- besoins émis par les personas

3 – Mesurer ses actions

- nombre de visites de la page,
- temps moyen passé sur la page,
- date de la dernière visite de la page,
- action de l'utilisateur :
commentaires, partages, lectures



S'organiser avec
ses contributeurs

1 – Décrire le circuit éditorial

- Source de l'information
- qui fait quoi ? rédacteur, traducteur, correcteur, responsable de mise en ligne
- qui valide ?
- comment est relayée l'information : préciser les scénarios de publication

2 – Former ses collaborateurs

- organiser en interne des réunions de sensibilisation pour partager cette charte
- proposer des formations aux outils

Retrouvez la version développée
de la charte éditoriale :
www.cyclop-editorial.fr



CYCLOP
ÉDITORIAL