



GUIDE PRATIQUE POUR ÉLABORER UNE CHARTE ÉDITORIALE EN COMMUNICATION



Bienvenue dans ce guide ludique et pédagogique dédié à l'élaboration d'une charte éditoriale en communication ! Que vous soyez une petite entreprise, une association ou un blogueur passionné, une charte éditoriale est un outil essentiel pour harmoniser votre communication et garantir la cohérence de vos messages.

Suivez ce guide pas à pas, agrémenté d'exemples, pour créer la vôtre !



Qu'est-ce qu'une Charte Éditoriale ?



Avant de plonger dans le vif du sujet, définissons ce qu'est une charte éditoriale.

Une charte éditoriale est un document qui définit les **lignes directrices** d'une organisation en matière de **communication**. Elle établit le **ton**, le **style** et les **valeurs** à véhiculer à travers le contenu, garantissant ainsi une cohérence et une uniformité dans les messages diffusés.

En précisant le **public cible**, les types de contenu à produire et les canaux de diffusion, la charte devient un **outil stratégique** pour aligner les efforts de communication avec les objectifs de l'entreprise.

Elle facilite également le travail des équipes en clarifiant les attentes et en réduisant les ambiguïtés.

Elaborer une charte éditoriale

01

Définir votre mission et vos valeurs

Pourquoi ?

La mission et les valeurs de votre organisation sont le cœur de votre communication. Elles orientent la manière dont vous interagissez avec votre audience.

Comment le mettre en place au sein de votre organisation ?

- *Brainstorming* : Réunissez votre équipe autour d'une table et discutez des valeurs qui vous tiennent à cœur.

02

Définir vos objectifs

Pourquoi créer une charte éditoriale ?

Identifiez les raisons qui vous poussent à élaborer cette charte.

Voici quelques exemples d'objectifs :

- **Renforcer l'identité de votre marque** : Assurez-vous que tous les contenus reflètent vos valeurs.
- **Améliorer la cohérence** : Évitez les messages contradictoires dans vos communications.
- **Faciliter le travail en équipe** : Offrez un cadre clair pour vos collaborateurs.

03

Définir votre Public Cible

Qui sont vos lecteurs ?

Comprendre votre audience est crucial pour adapter votre ton et vos messages.

Répondez aux questions suivantes :

- Quel est l'âge de votre public ?
- Quels sont ses centres d'intérêt ?
- Quels problèmes cherchez-vous à résoudre pour lui ?...

→ **Activité** : Créez un ou plusieurs personas représentant votre public cible

04

Choisir le Ton et le Style

Comment souhaitez-vous vous exprimer ?

Le ton et le style de votre communication doivent correspondre à l'image de votre marque et aux attentes de votre audience.

Voici quelques tonalités possibles :

- **Amical et décontracté** : Parfait pour un blog personnel ou une marque de lifestyle.
- **Professionnel et formel** : Idéal pour une entreprise B2B ou une institution.
- **Ludique et créatif** : Convient à des marques orientées vers les jeunes ou les secteurs artistiques.

Elaborer une charte éditoriale

05

Établir des Règles de Contenu

Quelles sont les lignes directrices à suivre ?

Définissez les règles concernant la création de contenu.

Cela inclut :

- **Les thèmes et les sujets :**

Quels sujets devez-vous aborder ou éviter ?

- **La longueur des textes :**

Par exemple, limiter les articles à 800 mots.

- **Les formats de contenu :**

Articles, vidéos, infographies, etc.

→ **Activité :** Listez 5 types de contenu que vous souhaitez créer

06

Définir les Canaux de diffusion

Où allez-vous publier vos contenus ?

Identifiez les plateformes sur lesquelles vous allez partager votre contenu :

- **Site web :** Articles de blog, pages de service.

- **Réseaux sociaux :** Facebook, Instagram, LinkedIn.

- **Newsletters :** Pour toucher votre audience directement dans leur boîte mail.

→ **Activité :** Créez un tableau avec les canaux de diffusion et le type de contenu que vous prévoyez d'y publier.

07

Réaliser un Calendrier Éditorial

Quand allez-vous publier ?

Établissez un calendrier pour organiser vos publications. Cela vous aidera à planifier vos contenus à l'avance et à maintenir une fréquence régulière.

Exemple :

- Lundi : Article de blog

- Mercredi : Post Instagram

- Vendredi : Newsletter

→ **Activité :** Créez un calendrier éditorial pour le mois à venir.

08

Mettre en place des indicateurs de performance

Pourquoi ?

Mesurer l'impact de votre contenu est essentiel pour ajuster votre stratégie. Votre charte éditoriale est un document vivant. Assurez-vous de la réévaluer régulièrement pour l'adapter aux évolutions de votre audience.

Comment ?

- **KPIs (Indicateurs Clés de Performance) :** Déterminez ce que vous allez suivre (trafic, engagement, conversion).

- **Feedback régulier :** Organisez des réunions de retour d'expérience pour discuter des réussites et des points à améliorer.

C'est à vous de jouer ...



Élaborer une **charte éditoriale** est un projet collaboratif qui nécessite créativité et réflexion stratégique.

En suivant **ces étapes** vous pouvez créer un document vivant qui guidera votre communication tout en renforçant l'identité de votre marque.

N'oubliez pas que la clé est d'**adapter** votre charte aux besoins de votre **audience**.



Bonne création !



www.ateconsulting.fr

ATE CONSULTING

Conseil en communication & Formation

LIBEREZ LE POTENTIEL DE VOTRE COMMUNICATION

