

Les étapes indispensables

webassoc.org

le web solidaire et bénévole







### 0

# Qui suis-je?

Je suis Jessica Sinnan et je suis journaliste de formation. J'évolue dans le web depuis près d'une décennie. Experte du contenu, je vais vous aider à construire et à développer votre stratégie éditoriale sur le web. Parce qu'il ne faut jamais sousestimer le poids des mots!



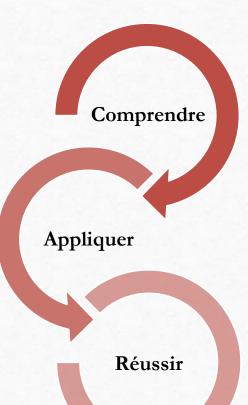






## Objectif du webinar

Détenir les bonnes clés pour une stratégie éditoriale claire et délivrer le message le plus adapté à sa cible et atteindre ses objectifs.











### Sommaire

Apprenons ensemble à définir les bases de votre stratégie éditoriale.

- 1. Définir son ADN
- 2. Délimiter ses objectifs
- 3. Connaître sa cible
- 4. Définir les types de contenus proposés
- 5. Faire de la veille
- 6. Construire son planning éditorial
- 7. Des questions?







## 1. Etablir son ADN

Définir son identité c'est comprendre les contenus que l'on doit produire.







- Quelles sont nos **valeurs** ? (Cruelty free, sauvegarde de l'environnement, humain, entraide, tolérance...)
- Quelles sont les **promesses** que nous avançons ? (sauver la planète, aider les migrants, protéger les femmes...)
- Quelle est notre **histoire** ? (ancrer sa démarche dans un contexte)
- En quoi sommes-nous différents d'une autre association ? (notre action est nécessaire)

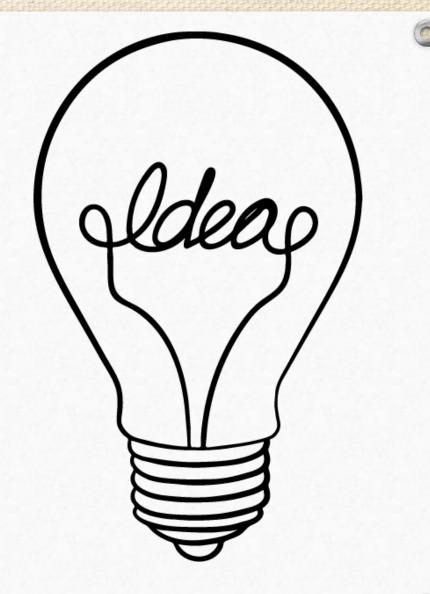






Une fois que l'on a répondu à ces questions, une ligne éditoriale commence à se dessiner.

Des mots-clés deviennent alors indispensables et des thématiques ressortent permettant ainsi d'entrevoir les premiers sujets à aborder dans ses futurs contenus.









# 2. Délimiter ses objectifs

Savoir ce que l'on veut pour savoir où on va.





## Créer du contenu pour servir sa stratégie

Avant de se lancer dans la création de contenu, il faut se demander pourquoi on le fait. Voici une liste non exhaustive des divers objectifs :

- Partager des informations utiles
- Récolter des dons
- Construire un réseau de bénévoles solide
- Sensibiliser un maximum de personnes
- **...**



L'étape de définition des objectifs permet de recentrer ses idées et de ne pas se disperser. Ainsi, vous ne gaspillez pas de temps à créer du contenu qui ne sert pas votre but.

Rester focus tout en restant fidèle à son identité contribue à la solidité de sa stratégie éditoriale.









## 3. Connaître sa cible

Savoir à qui l'on parle pour mieux choisir ses mots.





### Savoir à qui parler

En fonction de la cause que sert l'association, la cible n'est pas la même. Il est donc important (capital!) de **connaître les personnes auxquelles on s'adresse** et / ou que l'on souhaite sensibiliser. Quelques pistes :

- 1. On connait son ADN. On connait donc déjà son lectorat. ©
- 2. On construit des persona (à partir des personnes déjà impliquées dans l'association)
- 3. On possède déjà des outils digitaux permettant de définir l'âge, le sexe, la situation géographique des personnes visitant son site (outils Google par ex)



Connaître sa cible donne le ton! Tutoiement ou vouvoiement? Ton sérieux ou humoristique? Quels supports de diffusion des contenus (vidéos, podcasts...)?

Maintenant que l'ADN, les objectifs et la cible sont définis, on y voit plus clair, non ?!









# 4. Définir les types de contenus proposés

Communiquer, oui. Mais comment?









### Le champs des possibles

Aujourd'hui, il existe de multiples manières de délivrer un message. **Grâce au digital, on peut proposer différents types de contenus**. A savoir :

- Contenu écrit (article simple, dossier, interviews, enquête...)
- Vidéo / Photo
- Audio (podcast par ex.)
- Infographies
- Sondages
- ...





### Faire, oui. Mais faire bien.

Il est tentant de multiplier les types de contenu. Mais attention à la qualité! Si l'on ne possède pas les compétences pour produire une vidéo ou un audio de qualité, mieux vaut s'abstenir. Voici des solutions pour du super contenu :

- Suivre une formation pour maîtriser les bases
- Faire appel à des freelances si le budget le permet
- Demander de l'aide auprès de professionnels bénévoles!



### -

## 5. Faire de la veille

Regarder ailleurs pour progresser.





### Surveiller pour s'améliorer

Regarder ce qui se passe ailleurs est essentiel. Cela permet de rester alerte sur les nouvelles pratiques. Inutile d'aller voir ce qui se passe chez la concurrence toutes les heures. Voici mes conseils :

- Faire un tour des sites majeurs du secteur une fois par semaine
- Tenir un dossier recensant les formats, idées susceptibles d'être applicables sur son site
- Rester alerte sur l'actualité! Cela peut donner des idées!









# 6. Construire son planning éditorial

Prévoir pour mieux anticiper.







### 0

### Planifier. Planifier. Planifier.

Il est essentiel de construire un planning éditorial pour mieux maîtriser le pilotage de son contenu. Quelques pistes :

- Noter les temps forts de l'association (événements, opérations, appels au dons...)
- Renseigner les impératifs du calendrier (marronniers, fêtes, jours fériés...)
- Planifier ses idées de sujets avec une visibilité sur 1 mois minimum pour ne pas se laisser surprendre.
- Se laisser une marge de manœuvre pour modifier le planning en cas de grosse actu





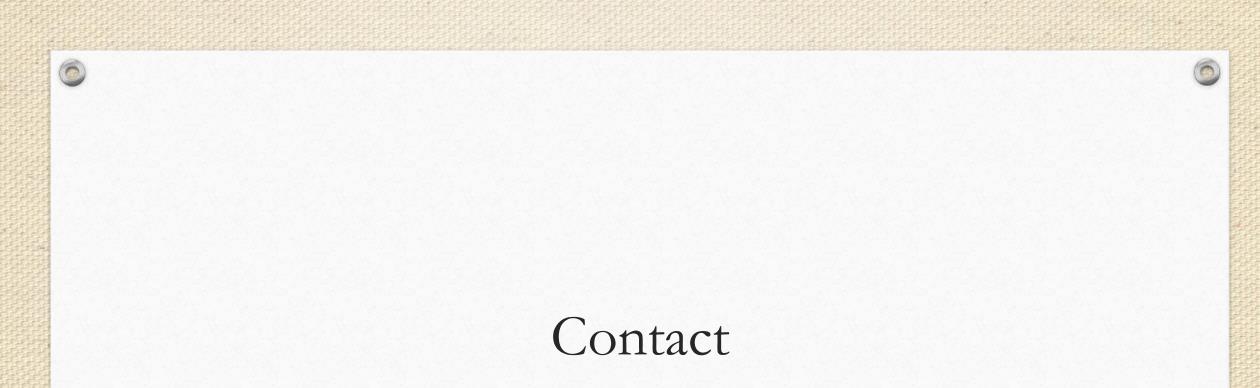


# 7. Des questions?

N'hésitez pas. Je suis là pour ça!







Pour toute question, n'hésitez pas à envoyer un mail à

events@webassoc.org









Merci!



