

Fiche

Création de contenu



Copyright



Cher utilisateur, cette fiche est protégé par droits d'auteur. Il est donc interdit de la partager sans notre autorisation ou de s'en approprier les contenus. Les droits d'auteur appartiennent aux autrices et à l'équipe de l'Agence Bam. Si vous avez des questions concernant les droits de partage de ce contenu, contactez nous.

Merci de votre compréhension.

Bonne lecture !



Fiche Création de contenu



La création de contenu est devenue un enjeu majeur pour toute entreprise parce que vos clients n'achètent plus de produits et services mais des histoires. Il devient alors indispensable de leur faire vivre des expériences.

1. Définir vos objectifs et cible

La première étape est de bien déterminer, en fonction du profil de votre entreprise, **l'objectif** du contenu à produire.

Pourquoi créer du contenu ? Que visez-vous ? De la notoriété, de l'image, du business, du développement, de la fidélisation, de la sympathie, etc. ?

Ensuite, vous devez construire avec précision vos **personas**, incarnation précise de vos cibles ou clients semi-fictifs caractérisés de différents attributs.

Les personas vous aident à vous **focaliser sur la même vision du client** et à déclencher de l'empathie.



Consultez notre
fiche dédiée aux personas

2. Définir un territoire pour créer sa charte éditoriale

- ⇒ **Prenez le temps de la réflexion** sur le contexte de la marque et partez toujours de la marque, ses valeurs et produits, son histoire, sa personnalité, son positionnement, etc..
- ⇒ **Auditez les contenus existants** et vérifiez leur pertinence et efficacité.
- ⇒ **Faites ressortir le potentiel éditorial** afin d'être original, attractif, unique.
- ⇒ **Analysez** aussi ce que font vos concurrents.

→ LA CHARTE ÉDITORIALE

Et ensuite, vous allez pouvoir créer une **charte éditoriale** avec :

- les éléments de forme : le ton (ami, pair, coach, ...), l'ambiance, la tonalité (informatif, éducatif, expert, divertissant..), la façon de s'exprimer (je / on / nous)...
- les éléments de fond : quels thèmes et sujets, en alternant les spécificités de la marque et les sujets externes issus des intérêts de vos personas. Identifiez votre champ lexical, vos mots "clés", ... et tout ce qui vous rendra positivement différent.



Votre territoire doit être attractif et votre contenu suffisamment étendu afin de constituer une bibliothèque utilisable dans la durée.



3. Construire le calendrier éditorial... et produire

Un fois cette sélection de sujets faite, vous allez pouvoir créer votre **calendrier éditorial**. Indispensable, il permet d'**organiser et planifier** tous vos contenus sur une période donnée (mois, trimestre, année selon la saisonnalité de l'activité).

**Règles
+ bonnes pratiques !**

- Intégrez les **dates clés** de votre entreprise et **dates anniversaires**.
- Notez les **événements calendaires** qui ont du sens pour votre activité.
- Mixer les **différents supports** : articles de blog ou de réseaux sociaux, infographies, vidéos, images, livres blancs, podcast etc.

Et après, seulement après cela, vous pourrez écrire et créer vos visuels !

4. Produire le contenu... rédactionnel et visuel

→ LE CONTENU RÉDACTIONNEL

Un texte... qui permet d'**intéresser le lecteur et de répondre à ses questions**.

Nos conseils :

- Évitez les contenus auto-promotionnels ou décorrélés de la marque.
- Adaptez-vous au support et respectez bien les éléments de forme et de fond de votre charte, condition indispensable d'appropriation à votre marque.

→ LE CONTENU VISUEL

Un visuel... qui permet d'**attirer l'attention, de simplifier vos messages, de susciter des émotions et de vous démarquer de la concurrence**. Il peut revêtir différentes formes : illustration, photo, vidéo, infographie, animation gif, etc.

Notre conseil :

- Ne le surchargez pas et gardez, là encore, de la cohérence en adoptant, par exemple, un élément visuel récurrent et identifiable.



**Vous me
reconnaissez ?!**

Fiche Création de contenu



5. Planifier et mesurer



Nous avons choisi Swello pour programmer !

Parce que les contenus doivent être distillés avec régularité afin d'optimiser l'engagement de votre audience, vous allez pouvoir **planifier votre calendrier éditorial**. Un gain de temps et d'efficacité... et **l'assurance de ne rien oublier**.

Quelques semaine ou mois plus tard, **analysez les résultats** obtenus par vos contenus et **ajustez si besoin la stratégie** en proposant de nouveaux axes. Et puis dites vous que rien n'est figé... Les algorithmes digitaux évoluant sans cesse, vous avez un devoir d'adaptabilité permanente ! Rome ne s'est pas faite en un jour...

Nous vous endormez pas +++

De quoi aurez-vous besoin ?

- ✓ Discipline
- ✓ Méthode
- ✓ Concentration
- ✓ Capacité d'analyse
- ✓ Rigueur
- ✓ Générosité
- ✓ Patience ...beaucoup !
- ✓ Ouverture d'esprit

À vous de jouer !

Pour demander de l'aide à l'agence, c'est par ici



NOUS VOUS FORMONS

Je souhaite aller plus loin en découvrant vos autres fiches et formations



CONTACT

Rencontrons-nous

Béa
06 75 87 95 29
beatrice@agencebam.fr
M
06 76 51 01 50
marine@agencebam.fr