



La stratégie de contenu

Les étapes de la stratégie de création de contenu, des idées de base aux sources d'inspiration





Présentation

Julien LECONTE

- ◆ Webdesigner
- ◆ Formateur en communication 2.0
- ◆ Ancien journaliste et ancien communicant pour des enseignes nationales
- ◆ Freelance depuis 6 ans

DANS CE LIVE

Dans ce live, nous aborderons la stratégie de contenu, les différentes étapes incontournables de la création de contenu, des idées de base aux sources d'inspiration, en passant par les leviers de production de vos écrits.

Les particularités de la rédaction web

- ◆ **Illimitée** en terme de longueur, de formats, de rythme de publication
- ◆ **Éditable**, modifiable, instantanément et à tout moment
- ◆ Très **peu de temps pour convaincre**: Un internaute arrivant sur la page de l'un de vos écrits mettra **moins de 4 secondes** à décider s'il veut ou non continuer sa lecture
- ◆ Beaucoup plus chronophage si on ne prépare pas le tout en amont

1

TROUVER L'IDÉE

Vous avez du contenu à produire pour le web...
mais par où commencer ?

“

On a toujours plus ou moins une idée de contenu. Spécialement lorsque l'on est en poste en entreprise où la communication impose certaines thématiques à aborder impérativement dans la communication globale, ou lorsqu'on pilote seul son activité.

► **ETABLIR UNE LISTE DE THEMATIQUES À ABORDER**

- **À court terme:** sujets tendance, événements, actualité
- **À long terme:** périodes phares de l'année, suivi de produits, storytelling, etc.

Pas d'idée claire ou précise de contenu à produire ?

Pas de soucis, les sources d'inspiration ne manquent pas !
Il suffit de se rappeler où la chercher...

EX.1: Votre propre expérience

(Ré-)Apprenez à synthétiser vos connaissances pour les partager (en simplifiant ou en vulgarisant parfois) avec vos futurs lecteurs.

► Si vous êtes fraîchement diplômé(e), dites vous que vos connaissances sont plus fraîches et plus actualisées dans les domaines que vous avez étudiés.

EX.2: Chez les concurrents

Si vous avez fait correctement votre étude de marché, si vous faites une veille régulière sur vos concurrents directs ou du moins les plus proches, étudiez leur manière de communiquer. La plupart du temps c'est souvent un angle d'attaque, une manière d'aborder les clients et de gagner leur attention qui vous distinguent.

S'ils ont un blog -> notez les sujets qui vous semblent pertinent d'aborder également, mais avec un angle qui vous est propre

► **Pour chaque chose que vous identifierez chez un concurrent, posez-vous ces questions :**

- **Qu'est ce que vous feriez ou diriez différemment** de lui, voire en mieux ?
Argumentez votre différence, les valeurs ajoutées de vos produits et/ou de votre savoir-faire
- **Qu'est ce que vous pourriez développer** comme contenu sur un même sujet ?

EX.3: Sur vos réseaux sociaux (ou ceux des concurrents)

L'un de vos followers fait une remarque intéressante et liée à votre entreprise, vos produits ou votre marque: servez-vous en pour développer un sujet plus détaillé et plus complet autour de cela.

Ex: SNCF qui traite sur ses blogs de sujets le plus souvent remontés par ses usagers: sécurité à bord des trains, développement des infrastructures, etc.



Quelques outils pratiques pour trouver les idées de contenus sur les réseaux sociaux et ailleurs :

- Recherches par hastags, sur Instagram et Twitter
- Forums de discussions ou groupes spécialisés (pages FB, Groupes LinkedIn)
- **Google Trends** <https://trends.google.com/trends>
- www.keywordtool.io

Le cas BURGER KING

La marque produit peu de contenus et fait souvent appel à sa communauté et à ses idées pour trouver son inspiration... et n'hésite jamais à aller emprunter des idées aux concurrents (sur le ton de l'humour)





2

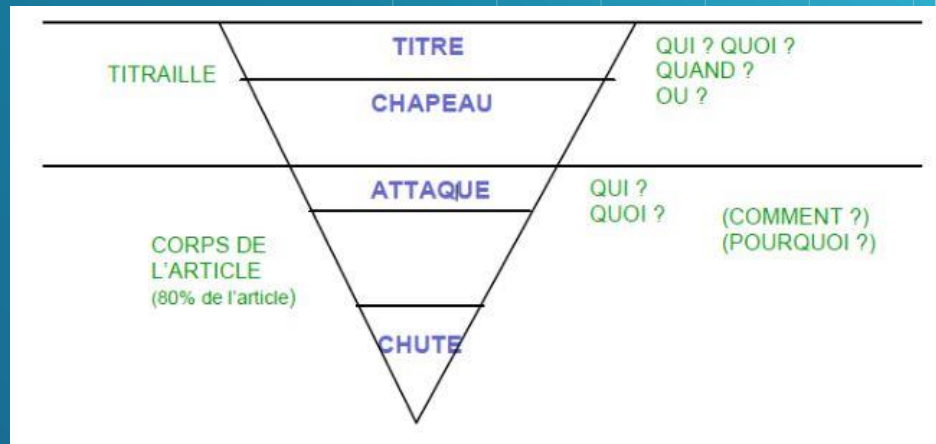
STRUCTURER VOS CONTENUS

Toujours en amont, afin de gagner du temps

LES RÈGLES À RESPECTER POUR VOS ÉCRITS

Leur structure

Toujours inspirée du monde du journalisme, elle doit reprendre le même schéma de base pour son équivalent web



► *Articles de blog, pages, longs posts sur FB, LinkedIn*



Ne concevez jamais directement vos contenus sur le web

Word, ou même un simple bloc notes sont vos amis.

Un brouillon ou une copie de vos contenus en
« hors-ligne » est souvent recommandé pour éviter
les publication accidentelles, les coquilles... ou les
problèmes d'accès internet...

Optimiser son temps de production

Recherche des idées

Listes, compilations, sources d'inspiration, avec si possible une idée du moment où vous voudrez créer tel ou tel contenu

Une étude sémantique ou thématique à partir de sujets trouvés est également recommandée (ex: recherche des mots clés, des expressions types, etc.)

Phase de conception des écrits

Hors-ligne de préférence, cela va représenter 50% du temps alloué à la production globale des écrits pour le web.

► **Attention à ne pas oublier, en parallèle à celle-ci (ou avant), la phase de recherche de visuels !**

Relecture / Publication

Le passage (ou copier/coller) sur le site web ou la plateforme où seront publiés vos contenus demandera probablement un réajustement (titres, paragraphes, insertion et calibrage des visuels, optimisation SEO)



LE CONTENU WEB NE SE LIMITE PAS AU TEXTE !

Vous devez impérativement inclure dans votre production un temps de recherche des visuels qui viendront en complément de votre contenu.

3

CHOISIR SES VISUELS

Prendre le temps de sélectionner ses visuels à l'avance pour éviter des écrits web rebutants

LES VISUELS: POURQUOI ET COMMENT LES METTRE DANS UN CONTENU WEB



POURQUOI ?

- ◆ Parce que c'est un des atouts du web: vous n'êtes **pas limités** en termes d'illustrations pour vos écrits
- ◆ Parce que **vous devez accrocher visuellement** l'attention des internautes afin de les guider vers la lecture
- ◆ Parce que **Google est friand de visuels** pour le référencement de vos écrits (3 ou 4/article)
- ◆ Parce que, tout de même, c'est **plus agréable** à lire lorsqu'un texte est agrémenté de photos, non?
- ▶ exemples d'articles de blogs similaires
 - ◇ [avec visuels](#)
 - ◇ [Sans visuels](#)

COMMENT ?

- ◆ Si vous n'avez pas de visuels pour illustrer vos contenus, il faut impérativement en chercher ailleurs, par exemple sur des sites de banques d'images libres de droit (Pexels, Pixabay, Freepik...)
Bien entendu, il ne faut JAMAIS télécharger directement vos visuels via Google Images ou chez un site concurrent...
- ◆ Il faut également prévoir du temps pour optimiser vos visuels pour une publication web, c'est-à-dire recadrer, alléger, et changer le format si cela est nécessaire
 - ▶ vos visuels doivent faire maxi 1920x1080px
- ◆ Et pour les réseaux sociaux vous pouvez vous référer à ces **grilles de dimensions**



LA RECHERCHE DE VISUELS PEUT REPRÉSENTER UN TEMPS CONSIDÉRABLE DANS LA PRODUCTION DE VOS CONTENUS WEB

Jusqu'à 30% dans le processus total de conception
et de rédaction avant publication !

► **Faites vous un dossier avec des visuels utilisables
(et déjà calibrés pour le web) pour de futurs
contenus**

Merci !

Des questions ?

Le forum COMNICIA est à votre disposition et je veillerai à vous répondre rapidement !

