



LES ÉTAPES POUR CONSTRUIRE UNE LIGNE ÉDITORIALE EFFICACE

Fil conducteur de la communication social media, la ligne éditoriale est indispensable pour construire son identité de marque et se démarquer des concurrents.



Définir son positionnement

Le positionnement marketing vise à **rendre identifiable** et **différenciant votre produit** ou service. Il permet de résoudre le problème inhérent à votre groupe cible tout en se distinguant des concurrents.



S'intéresser à la concurrence

Pour **se démarquer** et avoir **sa propre image de marque** vous devez impérativement étudier la manière dont **communiquent vos concurrents** : le type de contenus, la fréquence, le ton adapté...



Fixer des objectifs

Votre ligne éditoriale doit reposer sur des **objectifs clairs et motivants**. Pour cela, vous devez adopter la **méthode SMART**. Vos objectifs doivent être Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes et fixés dans le Temps.



Identifier les bonnes cibles

Pour identifier les bonnes cibles et répondre clairement à leurs besoins, vous devez **créer des profils cibles** (personas) avec des besoins, des motivations et des comportements communs.



Établir les fondamentaux

Vous devez déterminer et formaliser les **types de contenus** à créer et partager, l'**objectif** et la **finalité de chaque contenu**, les **thématiques** à aborder, le **ton** à employer, les **canaux pertinents** ou encore la **fréquence** de publication.



Créer un calendrier éditorial

Pour **gérer vos contenus efficacement** et avoir une **vision à long terme**, mettez en place un calendrier éditorial (dates de publication, thématiques, cibles, objectifs, canaux...)