

eBook

Publier sans (trop) d'efforts,
c'est possible !

Maureen Milet



sos! ®
Les
Experts
qui dépannent
votre business

MARKETING ●

S O M M A I R E

- ➔ **Chapitre 1**
Pourquoi publier régulièrement est essentiel

- ➔ **Chapitre 2**
Les blocages fréquents

- ➔ **Chapitre 3**
La charte éditoriale : le pilier de votre stratégie

- ➔ **Chapitre 4**
Le calendrier éditorial pour organiser vos posts

- ➔ **Chapitre 5**
Réutilisez et recyclez vos contenus

- ➔ **Chapitre 6**
Les outils pour vous aider à performer

- ➔ **Chapitre 7**
Notre programme SOS MARKETING Réseaux Sociaux

Publier régulièrement sur les réseaux sociaux peut sembler chronophage et compliqué. Pourtant, **avec les bonnes méthodes et quelques outils simples**, il est possible d'automatiser et de simplifier ce processus.

Cet eBook, complément de notre webinaire, va vous guider à travers les étapes clés pour **reprendre le contrôle de vos réseaux sociaux**, en vous montrant comment créer une charte éditoriale, planifier efficacement et utiliser les outils adaptés pour gagner du temps.

1 - Pourquoi publier régulièrement est essentiel ?

L'une des erreurs les plus courantes sur les réseaux sociaux est de publier de manière sporadique, uniquement quand vous avez du temps ou que vous vous souvenez que vos comptes sont inactifs. Pourtant, la régularité est l'une des clés pour réussir et se démarquer sur les réseaux. Voici pourquoi elle est si importante :

Les algorithmes favorisent la régularité :

Chaque plateforme (Facebook, Instagram, LinkedIn, etc.) utilise des algorithmes qui déterminent quelle publication sera mise en avant. Les comptes qui publient régulièrement sont souvent plus visibles, car les algorithmes récompensent la constance. Si vous êtes inactif, votre portée organique (la visibilité de vos posts sans publicité) diminuera drastiquement.

Fidélisation de votre audience :

Quand vous publiez régulièrement, vous créez des habitudes chez vos abonnés. Ils attendent vos publications, qu'il s'agisse de conseils, d'informations sur vos produits, ou simplement de contenus engageants. Cette fidélisation est essentielle pour maintenir une relation avec vos clients et prospects, et elle renforce la mémorisation de votre marque.

Crédibilité et professionnalisme :

Un compte actif et régulièrement mis à jour donne une image professionnelle. Cela montre que vous êtes sérieux dans votre activité et que vous vous souciez de votre présence en ligne. Un profil inactif ou irrégulier peut donner l'impression que votre entreprise est négligée ou inactive, ce qui peut décourager les prospects.

En somme, la régularité est la clé pour bâtir une présence solide, crédible et engageante sur les réseaux sociaux. C'est le socle de toute stratégie digitale performante.



2 - Les blocages fréquents

Malgré l'importance de la régularité, beaucoup d'entrepreneurs rencontrent des blocages qui les empêchent de publier fréquemment. Voici les obstacles les plus courants et comment les surmonter :

Manque de temps : Pour un entrepreneur, le temps est une ressource précieuse. Entre la gestion de l'entreprise, les clients et les tâches administratives, il reste peu de temps pour s'occuper des réseaux sociaux.

La solution réside dans l'automatisation et la planification. En consacrant une demi-journée à la création de contenu pour plusieurs semaines, vous évitez de devoir vous en occuper au quotidien. Les outils de planification (que nous verrons plus loin) sont une aide précieuse pour cela.

Manque d'inspiration : **Que publier ? Comment rester intéressant ? De quoi parle-t-on cette semaine ?**

Ce sont des questions fréquentes que se posent les entrepreneurs. Le manque d'inspiration est un problème récurrent, mais il peut être résolu avec une charte éditoriale bien définie et un calendrier éditorial (que nous détaillerons plus loin). Avoir une vision claire des thèmes et rubriques vous permet d'éviter la page blanche.

Absence de stratégie : Publier sans stratégie claire mène souvent à l'éparpillement. Si vos publications sont incohérentes, votre message le sera également. Une bonne stratégie de contenu commence par une réflexion sur vos objectifs et votre cible : pourquoi publiez-vous et à qui vous vous adressez. C'est là qu'une charte éditoriale prend tout son sens.

Pas de planification : Sans planification, vous vous exposez au stress de la publication au jour le jour, et le risque d'oublier ou de manquer des opportunités devient élevé. En planifiant vos publications, vous gagnez du temps, mais vous assurez aussi une communication cohérente et alignée avec vos objectifs. Le calendrier éditorial est la clé pour résoudre ce problème, nous en reparlerons plus en détail dans les prochaines sections.

En identifiant ces blocages, vous pouvez mettre en place des solutions simples et efficaces pour y remédier.

3 - La charte éditoriale : le pilier de votre stratégie

Avant de vous lancer dans la planification, il est essentiel de définir une charte éditoriale qui servira de guide à toutes vos publications. Une charte éditoriale vous permet de définir un cadre clair pour la tonalité, les messages et les types de contenu que vous allez partager. Elle aide à maintenir une cohérence et à donner une identité forte à vos prises de parole.

Définir le ton et la voix de votre marque : Le ton que vous employez doit refléter l'identité de votre marque et s'adapter à votre audience. Si vous vendez des produits destinés aux jeunes, un ton léger, humoristique ou informel peut être adapté. À l'inverse, si votre public est composé de professionnels ou d'entreprises, un ton plus formel et sérieux sera préférable. Il est essentiel d'être constant dans ce ton pour que votre audience sache à quoi s'attendre.

Structurer vos publications : Chaque post doit suivre une structure simple mais efficace : une introduction pour attirer l'attention, un message clair pour délivrer l'information ou la valeur, et enfin un appel à l'action (commentaire, partage, clic sur un lien). Une structure bien pensée vous permet d'éviter de disperser vos idées et rend vos publications plus faciles à produire et plus percutantes.

Définir des rubriques récurrentes : La régularité ne concerne pas seulement la fréquence des publications, mais aussi le contenu. Créez des rubriques qui parlent à vos différentes cibles : des conseils pratiques, des témoignages de clients, des études de cas, des actualités de l'entreprise, etc. Ces rubriques récurrentes faciliteront la création de contenu et donneront de la variété à vos publications, tout en fidélisant votre audience.

Brandez vos publications, appliquez-leur votre marque, votre signature : Il est important que vos abonnés puissent rapidement reconnaître vos publications. Utilisez des éléments visuels récurrents comme des couleurs, des polices, ou même un template spécifique pour vos visuels. Pensez également aux hashtags récurrents qui permettent à votre audience de suivre une série de posts ou un thème précis. Avec le temps, ces éléments deviendront synonymes de votre marque.

La charte éditoriale est un véritable fil conducteur qui assurera cohérence et professionnalisme à l'ensemble de votre communication. Une fois en place, elle vous fera gagner du temps lors de la création de contenu, car vous aurez des lignes directrices claires.

4 - Un calendrier éditorial pour organiser vos posts

Maintenant que vous avez défini votre charte éditoriale, il est temps de la mettre en pratique en créant un calendrier éditorial. Ce calendrier vous permettra de planifier vos publications sur plusieurs semaines, voire plusieurs mois, et d'assurer une présence régulière sur les réseaux sociaux sans vous stresser au quotidien.

Utiliser Excel ou Google Sheets : Un simple tableau Excel ou Google Sheets peut suffire pour planifier vos publications. Vous pouvez y intégrer plusieurs colonnes : la date de publication, la rubrique (conseil, témoignage, actualité), le message principal, le visuel, et le statut (en cours de création, programmé, publié). En un coup d'œil, vous savez exactement ce qui est prêt et ce qui doit encore être fait. [Demandez votre template excel gratuit pour démarrer](#)

Alternance des rubriques : En vous basant sur les rubriques que vous avez définies dans votre charte éditoriale, vous pouvez alterner les types de contenus. Par exemple, un conseil chaque lundi, un témoignage de client le mercredi, et une promotion ou actualité le vendredi. Cela permet de garder une communication dynamique et de varier les formats pour captiver votre audience.

Objectif de régularité : L'objectif principal est de garantir une présence régulière, même si cela ne signifie pas publier tous les jours. Si vous débutez, visez un post par semaine, puis augmentez progressivement à deux ou trois posts hebdomadaires lorsque vous serez plus à l'aise. Le plus important est de rester constant.

Préparation en amont : Consacrez une (petite) demi-journée par mois pour planifier et créer vos contenus. Cela vous permettra de vous libérer du stress de la publication quotidienne et de vous concentrer sur d'autres aspects de votre business. Une fois que vos posts sont planifiés et programmés, vous pouvez être tranquille pendant plusieurs jours, voire semaines.

Le calendrier éditorial est votre meilleur allié pour ne plus jamais manquer une publication et pour garder le contrôle sur votre stratégie de contenu.





5 - Réutilisez et recyclez vos contenus

Créer du contenu peut sembler fastidieux, mais il est possible de simplifier ce processus en réutilisant et recyclant vos contenus existants. Cela vous permet de maintenir une régularité tout en minimisant l'effort de création.

Transformer un post en plusieurs formats :

Un seul article de blog ou un post peut être décliné en plusieurs formats. Par exemple, un article peut donner lieu à un visuel avec une citation, une vidéo explicative, un carrousel d'images, ou encore une infographie. Cette méthode maximise la durée de vie d'un même contenu tout en le rendant plus accessible et engageant sur différentes plateformes.

Republier des contenus plus anciens : Ne sous-estimez pas la valeur de vos publications passées. Si elles ont bien fonctionné, elles peuvent être mises à jour et repostées quelques mois plus tard. Vous pouvez également les reformuler pour leur donner une nouvelle perspective ou les adapter à une nouvelle tendance ou actualité.

Reformuler pour des audiences différentes : Si vous avez plusieurs segments de clientèle, vous pouvez adapter le même message à différents publics en changeant l'angle ou le ton. Par exemple, un même conseil peut être présenté différemment selon qu'il s'adresse à des indépendants ou à des PME.

Réutiliser vos contenus vous permet de maximiser votre impact tout en réduisant le temps consacré à la création. C'est une technique simple mais très efficace pour maintenir la cadence de vos publications.

6 - Les outils pour vous aider à performer

Pour gérer efficacement vos réseaux sociaux, il existe une multitude d'outils qui peuvent vous aider à gagner du temps, à automatiser vos tâches et à améliorer la qualité de vos visuels. Voici ceux que nous utilisons au quotidien et que nous vous apprenons à maîtriser dans notre programme **SOS MARKETING RÉSEAUX SOCIAUX**.

Metrickool : Cet outil vous permet de gérer l'intégralité de vos publications : de la rédaction à la planification, en passant par l'analyse des performances. Vous pouvez voir quels posts fonctionnent le mieux, quand les publier, et ajuster votre stratégie en conséquence. C'est un allié précieux pour garder le contrôle sur vos réseaux sociaux.

Canva ou Adobe Express : Créer des visuels professionnels n'a jamais été aussi simple grâce à Canva et Adobe Express. Ces plateformes vous offrent des modèles préconçus que vous pouvez personnaliser aux couleurs de votre marque. Même sans compétences en design, vous pouvez produire des visuels de qualité, adaptés aux exigences des réseaux sociaux.

Ces outils sont là pour vous simplifier la vie et vous permettre de vous concentrer sur l'essentiel : le développement de votre activité.



Nos 3 conseils pour réussir

1. Faire simple : Inutile de produire du contenu complexe. Concentrez-vous sur l'essentiel avec des éléments visuels simples comme vos couleurs, votre logo ou un format récurrent. Cela vous aidera à publier régulièrement sans surcharger votre emploi du temps.

2. Suivre les tendances : Les réseaux sociaux évoluent constamment, donc identifiez les formats ou sujets qui fonctionnent bien. Par exemple, les carrousels sur LinkedIn ou les reels sur Instagram et Facebook. Adaptez ces tendances à votre activité pour rester pertinent.

3. Trouver son ton : Le plus important est de trouver votre ton. Que vous soyez formel ou décontracté, restez authentique. Cela vous permettra de créer une connexion forte avec votre audience et d'apporter de la cohérence à vos publications.



7 - Notre programme SOS Réseaux Sociaux

Publier régulièrement sur les réseaux sociaux ne doit plus être une source de stress. Avec une charte éditoriale bien définie, un calendrier éditorial pour structurer vos publications, et des outils simples pour automatiser et optimiser vos tâches, vous pouvez reprendre le contrôle de votre présence en ligne. En suivant les conseils de cet eBook, vous serez en mesure de maintenir une communication régulière et d'améliorer l'impact de vos réseaux sociaux sans y consacrer des heures chaque semaine.

Si vous souhaitez un accompagnement personnalisé pour structurer votre communication et optimiser votre temps, nous avons développé un programme spécifique pour vous. **SOS MARKETING Réseaux Sociaux se compose de 3 étapes pratiques :**

Etape 1 : Nous construisons votre KIT personnalisé à l'aide d'un questionnaire de cadrage pour comprendre votre activité, vos cibles et vos objectifs.

Etape 2 : Un atelier de 3H dans nos locaux pendant lequel nous vous formons au bon usage de votre KIT personnalisé.

Etape 3 : Vous vous lancez en toute confiance grâce à 3 réunions en visio qui nous permettrons de voir ensemble vos prochains posts afin de les valider, ou éventuellement de les reformuler. C'est aussi un temps d'échange pour répondre à vos questions et résoudre vos éventuels points bloquants.

Ce programme est conçu pour vous rendre autonome tout en vous faisant gagner du temps et en garantissant une communication efficace sur vos réseaux sociaux.

Le programme vous intéresse ? Contactez-nous pour + d'infos contact@sos-markting.net



LANCEZ VOTRE SOS !

RÉSEAUX SOCIAUX

PROSPECTION

SITE INTERNET

OUTILS DE COM



WWW.SOS-MARKETING.NET
contact@sos-marketing.net
04 28 29 42 78