

Modèle de Planning Éditorial Réseaux Sociaux

Pourquoi utiliser un planning éditorial ?

- Centraliser votre stratégie de contenu pour une vision globale.
- Assurer une fréquence de publication régulière et cohérente.
- Faciliter la collaboration entre les différents membres de l'équipe.
- Anticiper les temps forts et les événements de votre calendrier marketing.

Structure du tableau : Les 8 colonnes indispensables

- Date : Jour et heure précise de la publication prévue.
- Réseau : Plateforme ciblée (ex: Instagram, LinkedIn, Facebook, TikTok).
- Thématique : Pilier de contenu ou sujet principal abordé.
- Objectif : But recherché (notoriété, engagement, conversion, éducation).
- Copy : Texte complet de la publication (légende, hashtags, appel à l'action).
- Visuel : Description détaillée ou lien vers le fichier média (image, vidéo, carrousel).
- Responsable : Nom de la personne en charge de la création ou de la validation.
- Statut : État d'avancement (Idée, En cours, Validé, Programmé, Publié).

Étapes de mise en œuvre

- Définissez vos piliers de contenu mensuels avant de remplir le tableau.
- Remplissez le planning au moins 2 semaines à l'avance pour éviter le stress.
- Préparez les visuels et les textes en une seule session de travail (batching).
- Réalisez une revue hebdomadaire pour ajuster le planning selon les performances réelles.

Conseils pour une gestion efficace

- Utilisez des outils collaboratifs comme Notion, Trello ou Google Sheets.
- Adaptez le ton et le format selon les spécificités techniques de chaque réseau.
- Analysez les statistiques en fin de mois pour identifier les contenus qui fonctionnent le mieux.
- Gardez une colonne 'Notes' supplémentaire pour vos idées de contenus futurs.