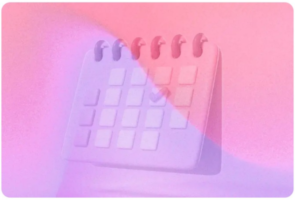
Comment Créer un Calendrier Éditorial Social Media en 2025

Andreea Stefan
Jan 6, 2025



Le calendrier éditorial social media est l'arme secrète des marketeurs. Il permet de planifier, de collaborer, d'organiser et de tout voir d'un seul coup d'œil. Avec un calendrier, il ne vous arrivera plus jamais d'oublier cette fête étrangère méconnue dont vous vouliez parler dans un tweet. Dans cet article, on vous livre tous nos conseils pour **créer et utiliser un calendrier éditorial social media**.

- Comment créer un calendrier éditorial
- Les meilleurs outils de planning éditorial
- Les avantages d'un calendrier éditorial
- FAQ

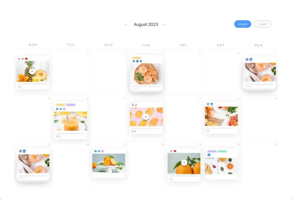
Qu'est-ce qu'un calendrier éditorial social media ?

Un calendrier éditorial social media est **un système qui permet de planifier et d'organiser la publication quotidienne de contenus sur les médias sociaux**. Les marketeurs utilisent un calendrier éditorial pour savoir à quel moment et sur quelle plateforme publier des contenus. Plutôt pratique, surtout quand on gère plusieurs comptes de réseaux sociaux.

On peut voir le calendrier éditorial comme un outil rédactionnel qui permet de planifier et de programmer les prochaines publications, de suivre les événements importants et de respecter les dates limites. Avec un calendrier éditorial, vous avez une vue d'ensemble sur toutes vos campagnes et tous vos projets en un seul et même endroit.

Un calendrier éditorial doit inclure les informations suivantes:

- date et heure de publication
- plateforme de réseau social
- format de la publication (Reel, Story, Short YouTube)
- texte de la publication
- visuels (image, GIF, vidéo)
- hashtags
- tag de lieu



Comment créer un calendrier éditorial en 5 étapes

Un calendrier éditorial social media vous permet d'avoir une vue d'ensemble sur votre planning de publication, de publier des contenus variés et d'éviter les chevauchements ou les doublons. Et avec un calendrier éditorial, il est plus facile de déléguer des tâches et de partager le travail entre les collaborateurs.

Mais comment créer un calendrier adapté au workflow de votre équipe ? C'est facile ! Voici comment procéder :

1. Choisissez les types et les formats de vos publications

Vous vous demandez ce que doit inclure votre calendrier éditorial social media ? La règle d'or est de varier les contenus (image, vidéo, GIF, article, republication) et les formats (carrousel, Reel, sondage, Story, vidéo en direct).

Commencez par remplir votre calendrier avec les événements récurrents. Voici quelques idées d'occasions pour lesquelles vous pouvez planifier vos publications :

- **Jours fériés**. Avec un calendrier éditorial, aucun risque d'oublier les occasions importantes. Identifiez tous les jours fériés de votre zone géographique pour trouver des idées de contenu associées.
- **Événements**. Toutes les occasions nationales, locales ou internes que vous jugez pertinentes pour votre marque.
- **Lancement de fonctionnalités/produits**. Si votre entreprise développe une nouvelle fonctionnalité ou un nouveau produit, suscitez l'enthousiasme sur les réseaux sociaux à travers des teasers et de grandes révélations.
- **Promotions**. Black Friday, Cyber Monday, Giving Tuesday… Ajoutez-les à votre calendrier pour ne pas les manquer.
- **Actualités de l'entreprise**. Il est toujours bon d'informer votre audience.
- **Questions/Réponses**. Très faciles à créer et à planifier, les questions/réponses sont très efficaces pour captiver l'attention.
- **Résumés**. Particulièrement utiles sur Twitter. Beaucoup de personnes n'auront pas le temps de consommer tous vos contenus et apprécieront un petit résumé hebdomadaire façon newsletter.

2. Définissez la fréquence de vos publications

Maintenant que vous savez quels contenus publier, vous devez décider quand publier.

Il est important de planifier vos publications social media pour deux raisons. Tout d'abord, vos publications sur les réseaux sociaux sont là pour compléter vos autres actions marketing, et non pas pour les remplacer. Deuxièmement, avec la rapidité à laquelle évoluent les réseaux sociaux, il est facile de se sentir dépassé et de publier trop ou pas assez. Deux extrêmes qui peuvent tous les deux mener à une baisse de l'engagement.

Votre planning éditorial doit être déterminé par vos objectifs commerciaux, les ressources disponibles et le comportement de votre audience.

Les spécialistes des réseaux sociaux recommandent d'observer la fréquence de publication suivante :

- **Posts Instagram** : 3-5 Posts par semaine
- **Reels Instagram** : 5-7 Reels par semaine
- **Stories Instagram** : 7-15 Stories par semaine
- **Publications Facebook** : 3-5 publications par semaine
- **Publications Twitter** : 10-20 tweets par semaine
- **Publications LinkedIn** : 3-5 publications par semaine
- **Publications TikTok** : 5-7 publications par semaine
- **Posts Google My Business** : 1-3 posts par semaine

3. Choisissez les bonnes plateformes pour vous

Prévoyez-vous de publier sur une seule plateforme ou sur plusieurs réseaux sociaux ? Tenez compte de vos objectifs commerciaux et des ressources dont vous disposez. Quels résultats souhaitez-vous obtenir ? Combien de temps et d'argent comptez-vous investir ?

Commencez par vous pencher sur vos concurrents. Sur quelles plateformes publient-ils le plus ? Quelles plateformes ignorent-ils complètement ? Ensuite, analysez votre audience. Quelles plateformes fréquente-t-elle ? Qu'indique son comportement ?

Rien ne vous oblige à publier sur tous les réseaux sociaux ; vous ne feriez que vous éparpiller, et tous vos efforts n'aboutiraient à rien. Si vous ne savez pas quelles plateformes utiliser, commencez par les réseaux sociaux les plus populaires (Instagram, Facebook, et LinkedIn), et diversifiez-vous par la suite.

4. Collaborez, commentez et validez les publications

Quand vous partagez votre calendrier éditorial avec l'équipe marketing, votre workflow doit être clairement défini, et chacun doit connaître son rôle.

Un outil comme Planable peut aider votre équipe social media à mieux gérer la planification de contenus : vous voyez qui travaille sur quoi, et quand la publication est prévue. Fini les surprises, les contenus créés dans le stress à la dernière minute, mais aussi les chevauchements ou les lacunes.

Les campagnes social media impliquent de nombreuses variables, y compris la validation. Qui doit valider quoi ? Quels sont les types de contenus dont l'importance justifie plusieurs niveaux de validation ?

Les clients doivent-ils pouvoir réagir aux différents contenus ?

Ce sont là trois casse-tête courants, mais évitables. Planable inclut un processus de validation transparent et intuitif qui permet d'éviter les grosses erreurs. Vous voyez de quoi je parle : le même contenu publié deux fois, la publication accidentelle d'un post inachevé, ou encore un employé mécontent qui publie au nom de l'entreprise.

5. Planifiez, suivez et surveillez vos publications

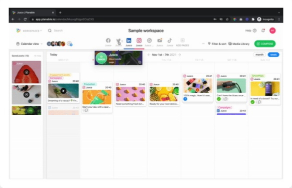
Planifier et programmer vos publications sécurise votre workflow. Cela laisse le temps à votre équipe et à vos collaborateurs de modifier le texte si nécessaire et de vérifier les informations. Planifier vos publications à l'aide d'un calendrier éditorial ajoute également une couche de sécurité : les responsables peuvent alors vérifier les contenus pour s'assurer de leur conformité aux exigences de la marque (ton, éléments graphiques…).

Une fois en ligne, suivez les performances de vos publications et identifiez celles qui génèrent le plus d'engagement et de résultats. Utilisez ces indications pour implémenter des tests sur différentes plateformes et découvrir ce qui fait le plus écho auprès de votre public (types de contenus, date et heure de publication, hashtags et éléments multimédia).

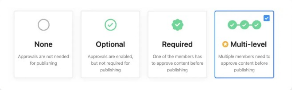
Outils de planning éditorial pour les réseaux sociaux

1. Planable

Planable est un outil de gestion de projet pour les réseaux sociaux qui vous aide à planifier et à mettre en œuvre votre stratégie de contenus. Il inclut un calendrier éditorial social media pour planifier de nouveaux contenus et programmer vos publications sur Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, Twitter, Google My Business, Pinterest, LinkedIn et Threads. Avec Planable, vous pouvez collaborer avec votre équipe dans la marge des publications et définir plusieurs niveaux de validation avant leur mise en ligne.



Le calendrier de Planable inclut des paramètres et des workflows permettant de définir plusieurs niveaux de validation pour répondre aux besoins de chaque équipe.



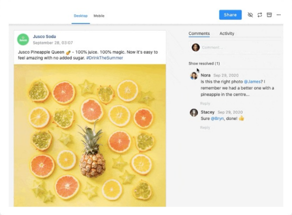
○ **None**
Approvals are not needed for publishing

Optional
Approvals are enabled, but not required for publishing

Required
One of the members has to approve content before publishing

Multi-level
Multiple members need to approve content before publishing

- **Aucune**. Vous pouvez publier sans aucune validation.
- **Facultative**. Convient aux workflows ouverts : si votre workflow intègre des validateurs désignés, mais que ceux-ci n'ont pas l'occasion de vérifier vos contenus à temps, les publications sont mises en ligne malgré tout.
- **Obligatoire**. Aucun contenu n'est mis en ligne sans l'autorisation du validateur.
- **Multi-niveau**. La validation multi-niveau permet d'ajouter des validateurs à chaque niveau. Si vous avez plusieurs validateurs par niveau, l'autorisation d'un seul validateur suffit pour faire passer la publication au statut suivant.



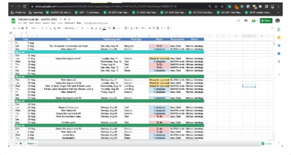
Jusco Soda
September 28, 03:07
Jusco Pineapple Queen 🍍 - 100% juice. 100% magic. Now it's easy to feel amazing with no added sugar. #DrinkTheSummer

Nora Sep 29, 2020
Is this the right photo @James? I remember we had a better one with a pineapple in the centre...

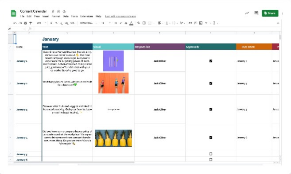
Stacey Sep 29, 2020
Sure @Bryn, done! 👍

2. Feuilles de calcul

Les feuilles de calcul comme Google Sheets sont un moyen économique de suivre vos publications sur les réseaux sociaux. Mais, faute de disposer d'un modèle de calendrier éditorial, partir de zéro n'est pas toujours facile. Si vous gérez votre calendrier de publication avec des feuilles de calcul, il vous faudra suivre chaque publication manuellement et publier vos contenus de façon native.



Cela peut impliquer une grande part de travail manuel, surtout si vous gérez plusieurs comptes et devez collaborer avec votre équipe de façon quotidienne. Que vous optiez pour Excel ou pour Google, n'oubliez pas que ces deux solutions ont leurs limites quand il s'agit de valider les publications et de collaborer. Cela peut conduire à des doublons et vous faire perdre du temps à rechercher vos assets marketing.



3. Google Agenda

Autre outil économique pour faire le suivi de vos actions marketing sur les réseaux sociaux : Google Agenda. Vous pouvez y gérer votre calendrier éditorial social media en créant un agenda et en ajoutant un événement pour chaque publication.

N'oubliez pas de spécifier la date, l'heure, la plateforme, le contenu et toutes les autres informations pertinentes. Cela facilitera le suivi de vos publications et garantira le respect de votre stratégie marketing.

Avantages d'un calendrier éditorial

Il vous faut d'autres arguments ? Voici les avantages d'un calendrier de contenus pour vos actions marketing :

Gagnez du temps et concentrez-vous sur l'essentiel

Planifier, créer et mettre en œuvre des campagnes de marketing sur les réseaux sociaux peut être très chronophage, même pour les spécialistes les plus avisés.

Les médias sociaux demandent un travail et une attention sans relâche. Le temps est venu d'arrêter de publier tout ce qui vous vient à l'esprit sous le coup de l'inspiration. La solution : un calendrier éditorial !

Utiliser un calendrier de publication pour les réseaux sociaux permet d'anticiper, de créer des contenus de façon groupée et d'éviter le multitâche. Associé à un bon logiciel de gestion de freelances, il peut même vous aider à répartir et à déléguer les tâches à des talents externes pour prêter main-forte à votre équipe.

Publiez régulièrement

Un calendrier de publication structuré est essentiel pour atteindre vos objectifs marketing. Publier régulièrement, cela signifie apparaître dans le fil d'actualité de votre audience de façon quotidienne par l'intermédiaire de contenus utiles et uniques. C'est la meilleure façon de vous faire remarquer par l'algorithme et d'augmenter l'engagement.

> *Il est important de respecter votre stratégie marketing quand vous élaborez votre calendrier éditorial mensuel. Parce qu'on a vite fait de perdre de vue les stratégies et les objectifs quand on n'en fait pas une priorité.*
>
> Bry'Ana Gage, Product Marketer chez 500apps

Publiez selon un calendrier régulier afin de développer votre audience et de bâtir une communauté autour de votre marque. C'est l'occasion de transmettre des informations à votre audience et de montrer votre compréhension des difficultés qu'elle rencontre. Vous gagnerez ainsi sa confiance et l'encouragerez à faire appel à vos services.

Évitez les grosses erreurs

Avez-vous déjà ressenti de l'embarras pour une erreur commise par quelqu'un d'autre ? Imaginez cela, mais multiplié des milliers de fois. Voici quelques exemples de faux pas fréquents sur les réseaux sociaux :

- Se montrer insensible aux événements importants. Comme la fois où Adidas a compris l'importance de la tournure.
- Ne pas vérifier et revérifier avant de publier. Comme le jour où une journaliste de la BBC a annoncé le décès de la reine d'Angleterre.
- Essayer de capitaliser sur les mèmes et les tendances sans avoir de stratégie. Comme la fois où LG a critiqué Apple sur Twitter en réaction aux craintes que le nouvel iPhone 6 puisse se tordre et se casser. Le tweet avait été envoyé depuis un iPhone.
- Faire accidentellement la pub de votre groupe d'indie folk sur les réseaux sociaux de votre entreprise (ce sont des choses qui arrivent).

Créez de meilleurs contenus pour les médias sociaux

La qualité de production des contenus destinés aux réseaux sociaux a fait un bond en avant depuis le début des années 2010. L'image du millénial en chemise à carreaux tweetant depuis le Starbucks local n'est pas seulement démodée, elle est aussi un rien ringard. Tout comme celle du publicitaire qui, cigarette aux lèvres et whisky à la main, présente sa dernière idée à une salle remplie d'hommes en costume. Ou quelque chose de ce genre.

> *Un calendrier éditorial vous permettra d'assurer la cohérence et la qualité de vos contenus et de connaître leurs performances. Les informations recueillies vous aideront à faire les changements qui s'imposent pour améliorer vos campagnes.*
>
> Rhi Storer, Marketing Analyst chez Shopper

Dans un monde où tout le monde peut créer des contenus, il faut redoubler d'efforts pour se démarquer.

De nos jours, il n'est pas rare que toute une équipe analyse une publication et en scrute la moindre syllabe. Un seul contenu peut nécessiter la collaboration de graphistes, de rédacteurs, de responsables de compte, d'experts en relations publiques et de spécialistes de marque. Ce tout petit texte de 30 mots rencontré hier alors que vous parcouriez machinalement votre feed ? 500 personnes y ont travaillé. Je plaisante à peine.

Cependant, la plupart du temps, les créateurs s'enlisent dans la logistique de la création de contenus (répartition d'actifs, distribution de contenus, etc.). Et cela affecte la qualité du produit fini.

Un calendrier éditorial social media vous soulage du fardeau de la logistique. Vous pouvez vous concentrer sur ce qui compte vraiment : le contenu en lui-même. Et sans tous ces casse-têtes logistiques, la qualité de vos contenus ne peut que s'améliorer.

Identifiez vos points faibles et remédiez-y

Un calendrier de contenus peut vous donner de précieuses informations sur ce qui fonctionne ou non. Pourquoi ? Tout d'abord, en organisant clairement vos contenus de façon à pouvoir suivre et prédire vos publications, vos posez les bases de futures expérimentations.

De plus, vous pouvez planifier des tests A/B sur vos actions marketing. Ceux-ci permettront de dégager de précieuses informations pour vos contenus, comme la fréquence de publication optimale ou la meilleure heure pour publier sur les différentes plateformes.

> *La fréquence de publication orientera votre calendrier éditorial social media. Pour la déterminer, n'oubliez pas de tenir compte des ressources internes à votre disposition. Par exemple, ne vous engagez pas à publier tous les jours si vous n'avez pas vraiment le temps de développer des contenus originaux et de faire les recherches nécessaires.*
>
> Prafull Sharma, fondateur de LeadsPanda

Remaniez les contenus performants

Tout comme la création, le remaniement de contenus peut être tout un art. Outre vous éviter de vous creuser la tête pour produire sans cesse de nouveaux contenus, le remaniement d'anciens contenus a de nombreux avantages :

- Vous touchez des audiences qui ont peut-être manqué le contenu la première fois.
- Vous amplifiez votre présence en ligne.
- Vous diversifiez votre contenu : intercaler d'anciens contenus parmi vos nouvelles publications est un moyen très efficace de pimenter votre page.
- Vous développez la notoriété de votre marque.
- Vous générez du trafic organique vers votre site Web.
- Vous donnez une deuxième chance aux contenus moins performants.
- Vous présentez vos contenus sous plusieurs angles différents. Au fil du temps, cela peut vous aider à élargir votre audience et, par extension, à augmenter les chances de conversion de 400 %.

Cependant, tous les contenus ne se prêtent pas à cette stratégie. Pour des raisons évidentes, les contenus intemporels sont les mieux adaptés au remaniement. Les contenus d'actualité ou ponctuels demanderont une autre approche. À moins que vous ne les revisitiez sous un jour créatif ou que vous ne teniez la page la plus insolite du Web. Et soyons honnêtes, la place est déjà prise.

Mais avant de remplir votre fil Twitter et de programmer vos tweets, un peu de planification s'impose. Et pour cela, il y a Planable.

Avec notre calendrier astucieux, non seulement vous pourrez planifier vos publications à l'avance, mais en plus, vous aurez une vue d'ensemble sur toute votre campagne, en un seul coup d'œil.

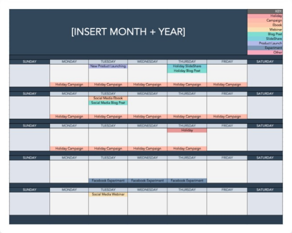
💡 **Découvrez notre sélection des meilleures alternatives à Hootsuite en 2024 !**

Modèle de calendrier éditorial

Un modèle de calendrier éditorial permet de partir du bon pied. Il fournit un cadre pour commencer à organiser, à programmer et à planifier les prochaines publications sur les réseaux sociaux. Comme il n'existe pas d'approche universelle, il vous faudra ajuster votre modèle en fonction des particularités de votre campagne.

Si une feuille de calcul n'est pas le meilleur moyen de suivre votre activité sur les réseaux sociaux, cela peut être une solution économique si vous commencez seulement à développer votre présence en ligne et que vous avez besoin d'un calendrier éditorial basique.

On trouve divers modèles de calendrier éditorial social media comme celui de Hubspot, un modèle Excel qui permet de planifier les publications.



[INSERT MONTH + YEAR]

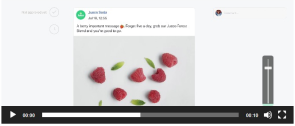
KEY:
Holiday
Campaign
Ebook
Webinar
Blog Post
SlideShare
Product Launch
Experiment
Other

SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
	Holiday Campaign	New Product Launching Holiday Campaign	Holiday Campaign	Holiday SlideShare Holiday Blog Post Holiday Campaign	Holiday Campaign	
	Holiday Campaign	Social Media Ebook Social Media Blog Post Holiday Campaign	Holiday Campaign	Holiday Campaign	Holiday Campaign	
	Holiday Campaign	Holiday Campaign	Holiday Campaign	Holiday Holiday Campaign		
		Facebook Experiment	Facebook Experiment	Facebook Experiment		
		Social Media Webinar				

FAQ sur les calendriers éditoriaux

Quel est le meilleur outil de planning éditorial gratuit ?

Il existe des dizaines d'outils de planning éditorial, et le meilleur dépendra de vos besoins et de vos préférences. Par exemple, si vous privilégiez la facilité d'utilisation, la collaboration et la validation, Planable est la solution.



Jusco Soda
Jul 18, 12:56

A berry important message 🍓. Forget five a day, grab our Jusco Forest Blend and you're good to go.

Pourquoi utiliser un calendrier éditorial social media ?

Vous hésitez à adopter un calendrier de publication ? Pensez-y : tout le monde en utilise un. Vos concurrents aussi.

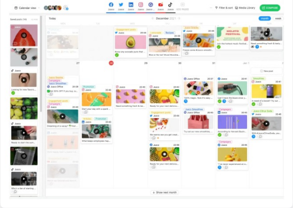
via GIPHY

Si vous doutez encore, voici comment cet outil de gestion des réseaux sociaux peut vous aider à :

- **Responsabiliser votre équipe**. Notre secteur dépend du respect des dates limites. Si vous élaborez tous vos plans à l'avance, votre équipe pourra travailler vers un objectif commun plus facilement et plus efficacement.
- **Mettre de l'ordre dans le chaos**. Gérer plusieurs comptes de réseaux sociaux, chacun possédant ses propres particularités, peut être compliqué.
- **Maintenir la cohérence de la marque**. Un calendrier éditorial social media bien organisé vous donne une vue d'ensemble de la façon dont vous distribuez votre contenu.

Voici à quoi pourrait ressembler votre calendrier de publication dans Planable :

Sample workspace
Help



Qui peut bénéficier d'un calendrier de contenus ?

Nous conseillons l'utilisation d'un calendrier éditorial social media à toutes les personnes directement ou indirectement impliquées dans le processus de création :

- **Les créateurs de contenus**. La création de contenus et les réseaux sociaux sont indissociables. Organiser votre calendrier autour de vos articles de blog est un excellent moyen de les intégrer à l'écosystème des réseaux sociaux, que vous soyez influenceur ou créateur de contenus numériques.
- **Les équipes marketing**. Je parle du responsable des réseaux sociaux et du community manager, bien sûr. Les campagnes de marketing sont très complexes et impliquent un grand nombre de variables. Les réseaux sociaux ne sont qu'une variable parmi d'autres. Planifier vos contenus permettra à vos équipes de se concentrer sur ce qui se passe en coulisses.
- **Les agences de gestion de réseaux sociaux**. La plupart des agences ont plusieurs clients à gérer. Catégoriser les clients par calendrier est un moyen très efficace de rester au fait de leurs besoins uniques.
- **Les petites et grandes entreprises**. Toutes les entreprises n'ont pas les moyens d'engager une agence pour gérer leurs profils sur les réseaux sociaux. Un calendrier éditorial social media facilitera le travail de vos équipes en interne.

Pour résumer

Si vous voulez développer votre présence sur les réseaux sociaux et gagner en productivité, un calendrier éditorial est la solution. Celui-ci vous permettra de publier régulièrement et de gagner du temps. Alors, retroussez vos manches et commencez à créer ! Et n'oubliez pas d'essayer Planable. C'est gratuit.

Essayer Planable gratuitement →

Andreea Stefan