

Sobriété éditoriale : 50 bonnes pratiques pour écoconcevoir vos contenus web

1

Parcours utilisateur

- Les informations présentes dans la page d'accueil sont pertinentes au regard des objectifs de recherche.
- Le menu est clair et compréhensible.
- Le pied de page est utile pour l'internaute et complète le menu.
- Un fil d'Ariane guide le lecteur au long de sa navigation.
- Les libellés des liens de navigation sont évidents.
- Les pages de navigation contiennent le sommaire des sous-thèmes.
- Les pages sont optimisées pour le référencement naturel.
- Le titre et la metadescription sont pertinents.
- Le maillage interne est pertinent.

2

Singularité de l'entreprise

- Le contenu du site caractérise l'entreprise de manière unique.
- Les informations présentes dans la page de présentation de l'entreprise sont incontestables.
- Le discours est sincère.
- Le contenu est responsable.
- Les réalisations de l'entreprise et les études de cas figurent dans le site.
- Le texte est original.
- Les photos ou visuels sont originaux.

3

Contenus orientés utilisateur

- La proposition de valeur est évidente.
- Le contenu est mis en forme de manière structurée.
- Le contenu est utile.
- Chaque page est autonome.
- Le contenu est simple d'accès.
- Le contenu est utilisable.
- Le micro-rédactionnel est soigné.

4

Qualité du style

- Les titres des rubriques sont compréhensibles.
- Le chapô résume le contenu de la page.
- Les phrases sont concises.
- La structure des phrases est claire.
- Les phrases sont précises.
- Les mots sont justes.
- Le texte est rythmé.
- L'orthographe, la grammaire et la typographie sont correctes.

5

Lisibilité

- Les informations visent à l'essentiel.
- Le confort du lecteur est soigné.
- L'information est découpée en petites unités.
- Les pages similaires reproduisent la même structure.
- La mise en page favorise le balayage de l'information.
- La typographie est lisible.

6

Patrimoine éditorial

- Le cycle de vie du contenu est planifié.
- Le contenu est durable.
- Le contenu est mis à jour.
- Le contenu se décline.

7

Efficacité

- Le dispositif de communication est dimensionné aux ressources de l'entreprise.
- La performance du contenu est analysée.

8

Diffusion du contenu

- Le rythme de publication de l'information est raisonné.
- La diffusion de l'information est pertinente.
- La promotion de l'information est pertinente.
- Les posts réseaux sociaux apportent de la valeur ajoutée.
- Les posts réseaux sociaux sont adaptés à la plateforme.
- Les newsletters ont une fréquence d'envoi raisonné.
- Les vidéos apportent de la valeur ajoutée.