

Index des

48 bonnes pratiques

Étape 1

Caractérisation de l'organisation et du contenu

	Web	Réseaux sociaux	Print
BP #1 La présentation de l'organisation est singulière. (p. 83)			
BP #2 Les engagements de l'organisation sont vérifiables. (p. 87)			
BP #3 Le discours est cohérent dans toutes les prises de parole de l'organisation. (p. 90)			
BP #4 Le message global de chaque support recherche l'objectivité. (p. 94)			
BP #5 Les objectifs du support sont compréhensibles de manière immédiate. (p. 99)			
BP #6 Le site web présente les réalisations de l'organisation. (p. 103)			
BP #7 Le contenu est utile pour l'utilisateur. (p. 105)			
BP #8 Le texte est spécifique. (p. 111)			
BP #9 Les médias associés au contenu apportent une valeur ajoutée. (p. 113)			

Étape 2

Structuration des contenus

BP #10 La page d'accueil répond aux intentions des publics les plus courantes. (p. 121)			
BP #11 Les menus sont clairs et compréhensibles. (p. 124)			

Web Réseaux sociaux Print

BP #12 Le pied de page est utile pour l'utilisateur et complémentaire au menu. (p. 127)			
BP #13 Un fil d'Ariane guide l'utilisateur. (p. 133)			
BP #14 Les pages de navigation contiennent un sommaire des niveaux inférieurs. (p. 135)			
BP #15 Les informations sont faciles à trouver dans le message. (p. 138)			
BP #16 L'ensemble des éléments de la page web accompagne la compréhension de son contenu. (p. 142)			
BP #17 Les pages similaires reproduisent la même structure. (p. 146)			

Étape 3

Rédaction des contenus

BP #18 Le message est facile à comprendre. (p. 153)			
BP #19 Les informations sont faciles à utiliser. (p. 158)			
BP #20 Les titres et sous-titres sont compréhensibles. (p. 161)			
BP #21 Le chapô résume le contenu de la page. (p. 164)			
BP #22 L'accroche complète le titre. (p. 166)			
BP #23 Les phrases sont concises. (p. 169)			
BP #24 La structure des phrases est claire (p. 174)			
BP #25 Les phrases sont précises. (p. 180)			
BP #26 Les mots sont concrets. (p. 183)			
BP #27 Le texte est rythmé. (p. 186)			

Web Réseaux sociaux Print

BP #28 Le langage favorise l'égalité des représentations. (p. 188)



BP #29 L'orthographe, la grammaire et la ponctuation sont correctes. (p. 191)



BP #30 Le micro-rédactionnel est soigné. (p. 193)



Étape 4 Optimisation des contenus

BP #31 Les informations visent à l'essentiel. (p. 201)



BP #32 La rédaction de l'information simplifie sa compréhension. (p. 206)



BP #33 L'information est découpée en petites unités. (p. 209)



BP #34 La mise en page favorise le balayage de l'information. (p. 212)



BP #35 La police est lisible. (p. 216)



BP #36 Le contenu respecte les règles d'accessibilité. (p. 219)



BP #37 Les libellés des liens de navigation sont évidents. (p. 223)



BP #38 Les pages sont optimisées pour le référencement. (p. 226)



BP #39 La balise Title annonce l'objectif de la page. (p. 230)



BP #40 La balise Metadescription décrit le contenu de la page. (p. 233)



BP #41 Les liens présents dans le contenu sont pertinents. (p. 236)



Étape 5 Gouvernance éditoriale

Web Réseaux sociaux Print

BP #42 Le choix des supports de communication est cohérent avec les publics et les objectifs de l'organisation. (p. 241)



BP #43 La publication de l'information est encadrée. (p. 246)



BP #44 La compréhension du contenu est soutenue par un format adapté et sobre. (p. 250)



BP #45 Un nombre limité de publications est déterminé pour chaque support. (p. 254)



BP #46 Le cycle de vie de chaque contenu est défini. (p. 259)



BP #47 Le contenu est à jour. (p. 265)



BP #48 L'efficacité du contenu est évaluée régulièrement. (p. 268)

