

# Création de contenu

Les processus essentiels à structurer pour piloter cette activité au quotidien.

12 processus à parcourir

## 01 Définir et piloter le cap de l'agence

Chaque trimestre

- ☐ Choisir les offres prioritaires : stratégie éditoriale, rédaction, social media, vidéo courte et production récurrente
- ☐ Fixer pour le trimestre un objectif de chiffre d'affaires, marge, récurrence et capacité
- ☐ Suivre chaque mois les indicateurs directeurs : contenus livrés, régularité, engagement utile, leads assistés, rétention client et marge par format
- ☐ Refuser un nouveau projet s'il ne correspond ni au positionnement ni à la capacité disponible

## 02 Développer les prospects et briefs

Chaque semaine

- ☐ Choisir trois canaux d'acquisition maximum et définir le type de prospect attendu pour chacun
- ☐ Qualifier chaque demande avec : audience, ligne éditoriale, canaux, formats, fréquence, porte-parole, ressources et validation
- ☐ Inscrire dans le pipe une prochaine action datée après chaque échange commercial
- ☐ Mesurer chaque semaine demandes reçues, rendez-vous tenus, propositions envoyées et signatures

## 03 Qualifier, proposer et conclure une prestation créative ou digitale

À chaque opportunité

- ☐ Créer une trame de proposition avec problème, résultat attendu, périmètre, exclusions, planning et prix
- ☐ Délimiter dans la proposition : nombre de contenus, formats, tournages, interviews, révisions, publication, modération et reporting
- ☐ Présenter la proposition au décideur au lieu de l'envoyer sans explication
- ☐ Relancer la proposition à J+2 puis J+7 avec une question de décision claire

## **04 Planifier, produire et contrôler les livrables**

À chaque projet

- ☐ Créer un tableau de production unique avec projet, étape, responsable, échéance et statut
  - ☐ Organiser la production dans cet ordre : planning éditorial, recherche, brief, production, édition, contrôle, validation et programmation
  - ☐ Centraliser fichiers de travail, commentaires et versions dans l'espace prévu pour le projet
  - ☐ Contrôler avant présentation : exactitude, sources, ton, orthographe, sous-titres, formats, liens, droits et appel à l'action
- 

## **05 Planifier et régler les échéances**

Chaque mois

- ☐ Lister abonnements, prestataires et achats avec montant, échéance, propriétaire et projet associé
  - ☐ Valider toute nouvelle dépense en vérifiant son utilité, sa durée d'engagement et sa refacturation possible
  - ☐ Contrôler chaque mois les doublons, licences inutilisées et renouvellements à résilier
- 

## **06 Suivre la marge projet**

Chaque semaine

- ☐ Créer un suivi par projet avec revenu vendu, temps prévu, temps passé et achats externes
  - ☐ Surveiller particulièrement : recherches longues, interviews, retours subjectifs, déclinaisons, urgences et publication manuelle
  - ☐ Décider pour chaque dérive d'un recadrage, avenant, changement de méthode ou arrêt
  - ☐ Revoir chaque semaine les projets sous la marge cible ou au-dessus du temps vendu
- 

## **07 Organiser l'équipe et les remplacements**

Chaque semaine

- ☐ Cartographier les rôles et remplaçants : stratégie éditoriale, rédaction, social media, vidéo, montage, design et publication
  - ☐ Répartir la charge selon les compétences, la disponibilité et le niveau de risque du projet
  - ☐ Un projet ne peut pas dépendre d'une seule personne pour les accès, fichiers et prochaines actions
  - ☐ Revoir chaque semaine absences, surcharges, renforts et projets sans remplaçant
-

## 08 Transmettre un projet en cas d'absence

Avant chaque absence

- ☐ Créer une fiche de passation courte utilisable pour tous les projets
  - ☐ Inclure dans chaque passation : calendrier, sujets en cours, sources, fichiers, validations, programmation et contenus sensibles
  - ☐ La personne qui reprend confirme qu'elle peut ouvrir les fichiers et exécuter la prochaine action
- 

## 09 Arbitrer et valider la production sans blocage

Chaque semaine

- ☐ Écrire les décisions que le chef de projet peut prendre sans validation du dirigeant
  - ☐ Arbitrer chaque blocage avec trois éléments : impact client, impact délai et impact marge
  - ☐ Toute demande hors périmètre devient un avenant, un échange de priorité ou un refus écrit
  - ☐ Revoir chaque semaine les décisions en attente depuis plus de deux jours ouvrés
- 

## 10 Centraliser et sécuriser les accès essentiels

Chaque mois

- ☐ Créer un registre des accès par client, outil, propriétaire et niveau d'autorisation
  - ☐ Demander des accès nominatifs ou délégués et éviter les mots de passe partagés par e-mail
  - ☐ Retirer les accès des collaborateurs et prestataires dès la fin de leur intervention
  - ☐ Contrôler chaque mois les accès administrateur, moyens de récupération et doubles authentifications
- 

## 11 Sécuriser droits, contrats et accès

Chaque trimestre

- ☐ Créer un dossier par client avec contrat, sous-traitants, droits, données traitées et accès confiés
  - ☐ Vérifier avant production et livraison : sources, droit de citation, image, musique, témoignages, partenariats et données personnelles
  - ☐ Toute cession de droits, utilisation de données ou intervention d'un sous-traitant doit être couverte par écrit
  - ☐ Contrôler chaque trimestre contrats, durées de conservation, accès actifs et preuves de consentement utiles
-

## **12 Cadrer un brief et un périmètre**

À chaque projet

- ☐ Créer un brief obligatoire avant toute mise en production
  - ☐ Documenter dans le brief : angle, audience, intention, message, sources, format, canal, appel à l'action et contraintes de marque
  - ☐ Lister les contenus, accès et validations que le client doit fournir avec une date
  - ☐ La production ne démarre qu'après validation écrite du brief et disponibilité des éléments critiques
-