



ÉLABOREZ VOTRE FI FIL ÉDITORIAL

Le cockpit indispensable pour le marketing et la communication



GUIDE D'UTILISATION EDITO +

Sommaire

- 1. Présentation de l'outil
- 2. Étape 1 — Stratégie de Communication
- 3. Étape 2 — Plan Hebdomadaire (Semestre 1 et Semestre 2)
- 4. Étape 3 — Plan Mensuel (calcul automatique)
- 5. Étape 4 — Plan Annuel (calcul automatique)
- 6. Étape 5 — Tableau de Bord (calcul automatique)
- 7. L'onglet Listes
- 8. Code couleur et bonnes pratiques
- 9. Questions fréquentes

1. Présentation de l'outil

EDITO+ est un classeur Excel clé en main qui permet de construire une stratégie de communication puis de la décliner en plan éditorial complet sur une année, jour par jour. Il s'adresse aux entrepreneurs et responsables communication qui souhaitent planifier leurs contenus, leurs publications sur les réseaux sociaux et leurs activités de réseautage sans connexion internet ni logiciel additionnel.

L'outil repose sur une logique en cascade : la stratégie de communication (objectif, ton, promesse, preuves) encadre le plan hebdomadaire, qui détaille chaque jour de l'année sur deux semestres de 26 semaines. Le plan mensuel, le plan annuel et le tableau de bord se consolident ensuite automatiquement à partir de cette saisie quotidienne, sans aucune manipulation supplémentaire.

Les 9 onglets du classeur

Onglet	Rôle
Guide	Mode d'emploi rapide et code couleur.
Stratégie de Communication	Fondations : objectif, ton, promesse, preuves, date de démarrage du plan.
Plan Hebdomadaire S1	Plan jour par jour du 1er semestre (26 semaines × 7 jours).
Plan Hebdomadaire S2	Plan jour par jour du 2nd semestre ; démarre automatiquement à la fin du S1.
Plan Mensuel S1	Vue consolidée automatique par mois du 1er semestre (actions, coûts).
Plan Mensuel S2	Vue consolidée automatique par mois du 2nd semestre.
Plan Annuel	Vision consolidée des 12 mois de l'année.
Tableau de Bord	Indicateurs clés sur l'année complète : volume, répartition, budget.
Listes	Listes de référence utilisées par les menus déroulants (support, réseau, statut...).

Un seul onglet nécessite une saisie quotidienne suivie : « Plan Hebdomadaire ». Tous les autres onglets de synthèse (Mensuel, Annuel, Tableau de Bord) se calculent automatiquement à partir de cette saisie.

2. Étape 1 — Stratégie de Communication

Cet onglet pose les fondations de l'ensemble du plan éditorial ; il est à remplir en premier.

1. Nom de l'entreprise — indiquez le nom de votre organisation.
2. Date de début du plan (Semestre 1) — choisissez la date du premier jour de votre plan éditorial. La date de début du Semestre 2 se calcule automatiquement (26 semaines plus tard).
3. Ton de la communication — sélectionnez dans la liste déroulante le ton à adopter (ex. Professionnel, Amical/Proximité, Inspirant, Éducatif, Humoristique, Institutionnel).
4. Objectif de communication — formulez l'objectif que votre communication doit servir sur la période.
5. Promesse à livrer dans la communication — décrivez ce que votre communication promet à votre audience.
6. Preuves à utiliser pour soutenir la promesse — listez les éléments concrets qui rendent cette promesse crédible (témoignages, chiffres, essai gratuit, etc.).

À retenir

La date de début du plan saisie ici détermine automatiquement toutes les dates du Plan Hebdomadaire, du Plan Mensuel et du Plan Annuel. Elle n'est à définir qu'une seule fois, avant de commencer à remplir le plan hebdomadaire.

3. Étape 2 — Plan Hebdomadaire (Semestre 1 et Semestre 2)

C'est le cœur opérationnel de l'outil : chaque ligne représente un jour de l'année, sur 26 semaines par semestre (7 jours par semaine, soit jusqu'à 7 actions par semaine). Une ligne laissée vide signifie simplement qu'aucune action n'est prévue ce jour-là.

Le jour de la semaine, la date et le mois se calculent automatiquement à partir de la date de début définie dans « Stratégie de Communication ». La première ligne de la première semaine (surlignée) est un exemple fourni à titre d'illustration : remplacez-la par votre propre contenu.

Colonnes à compléter pour chaque action

7. Thème / Sujet du contenu — décrivez le sujet précis abordé ce jour-là.
8. Objectif de l'action — précisez ce que cette action doit accomplir (notoriété, conversion, fidélisation...).
9. Format de contenu — sélectionnez dans la liste déroulante (ex. Article de blog, Vidéo, Publication/Post, Infographie, Témoignage client).
10. Support classique — sélectionnez, le cas échéant, le support traditionnel utilisé (ex. Infolettre, Communiqué de presse, Radio, Panneaux publicitaires).
11. Réseau social — sélectionnez, le cas échéant, le réseau utilisé (ex. LinkedIn, Facebook, Instagram, TikTok).
12. Activité de réseautage — sélectionnez, le cas échéant, l'activité de réseautage prévue (ex. Salon professionnel, Conférence/Webinaire, Networking en ligne), ou « Aucune » si non applicable.
13. Coût de l'action (\$) — indiquez le coût associé, s'il y a lieu.
14. Responsable — indiquez la personne en charge de l'action.
15. Statut — sélectionnez l'état d'avancement (À faire, En cours, Publié, Reporté).

Bon à savoir

Il n'est pas obligatoire de remplir les colonnes « Support classique », « Réseau social » et « Activité de réseautage » simultanément : une action peut n'utiliser qu'un seul canal, ou combiner plusieurs canaux le même jour.

Bon à savoir

Le Semestre 2 démarre automatiquement là où s'arrête le Semestre 1 : aucune date n'est à saisir dans l'onglet « Plan Hebdomadaire S2 ».

4. Étape 3 — Plan Mensuel (calcul automatique)

Les onglets « Plan Mensuel S1 » et « Plan Mensuel S2 » consolident automatiquement, mois par mois, les actions saisies dans le plan hebdomadaire correspondant. Deux colonnes seulement demandent une saisie :

16. Thème du mois — définissez le grand thème qui structure les contenus du mois.

17. Objectif prioritaire du mois — précisez l'objectif principal à atteindre sur ce mois.

Toutes les autres colonnes (nombre d'actions planifiées, nombre de supports classiques, de réseaux sociaux, d'activités de réseautage, nombre d'actions publiées, coût total du mois) se calculent automatiquement à partir du plan hebdomadaire. Une ligne de total en bas de tableau cumule ces indicateurs sur l'ensemble du semestre.

Bon à savoir

Définir le thème et l'objectif de chaque mois avant de détailler le plan hebdomadaire aide à garder une cohérence éditoriale sur la durée : ces deux éléments peuvent être renseignés dès le départ, même si le détail jour par jour est complété progressivement.

5. Étape 4 — Plan Annuel (calcul automatique)

Cet onglet ne nécessite aucune saisie : il assemble automatiquement les 6 mois du Plan Mensuel S1 et les 6 mois du Plan Mensuel S2 pour offrir une vision consolidée des 12 mois de l'année (période, thème, objectif prioritaire, nombre d'actions et coût de chaque mois), avec un total annuel en bas de tableau.

Cette vue permet de vérifier d'un seul coup d'œil la cohérence et la progression de la communication sur l'ensemble de l'année, et de repérer rapidement les mois les plus chargés ou les plus coûteux.

6. Étape 5 — Tableau de Bord (calcul automatique)

Le tableau de bord se met à jour automatiquement dès que le plan hebdomadaire est renseigné ; il ne nécessite aucune saisie. Il présente :

- Le nombre total d'actions planifiées sur l'année ;
- Le nombre d'actions publiées et le nombre d'actions en cours ;
- Le nombre d'activités de réseautage prévues ;
- Le budget total investi sur l'année ;
- La répartition des actions par support classique (site web, infolettre, communiqué de presse, radio...) ;
- La répartition des actions par réseau social (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok...) ;
- Le coût par mois, repris directement du Plan Annuel.

Ce tableau de bord constitue le support idéal pour un point d'étape mensuel ou un bilan de fin de semestre sur l'exécution du plan de communication.

7. L'onglet Listes

L'onglet « Listes » regroupe les valeurs utilisées par les menus déroulants du plan hebdomadaire et de la stratégie de communication : supports classiques, réseaux sociaux, activités de réseautage, formats de contenu, statuts et tons de communication.

Cet onglet peut être personnalisé : vous pouvez ajouter une valeur en bas d'une colonne (par exemple un nouveau réseau social ou un nouveau format de contenu) pour l'intégrer aux listes déroulantes. Il est recommandé de ne pas supprimer ou renommer les valeurs déjà utilisées ailleurs dans le classeur, afin de ne pas rompre les liens avec les données déjà saisies.

8. Code couleur et bonnes pratiques

Code couleur

Texte bleu	Cellule à compléter par vous.
Fond jaune pâle	Zone de saisie clé (mise en évidence).
Texte noir	Calcul automatique ; ne pas modifier directement.
Texte vert	Lien automatique vers un autre onglet ; ne pas modifier directement.

Bonnes pratiques d'utilisation

- Renseignez la « Stratégie de Communication » avant de commencer le plan hebdomadaire : la date de début y est définie et conditionne tout le reste du classeur.
- Mettez à jour le statut de chaque action (À faire, En cours, Publié, Reporté) au fil de l'exécution : le tableau de bord et le plan mensuel en dépendent directement.
- Complétez le thème et l'objectif de chaque mois dans le Plan Mensuel dès le début, même si le détail quotidien est rempli progressivement.
- N'insérez pas de nouvelles colonnes dans les onglets « Plan Hebdomadaire », « Plan Mensuel » ou « Plan Annuel » : cela romprait les formules de calcul automatique.
- Pour ajouter une nouvelle valeur à un menu déroulant, complétez l'onglet « Listes » plutôt que de saisir une valeur libre dans le plan hebdomadaire.
- Conservez une copie de sauvegarde du fichier avant toute modification structurelle importante.

9. Questions fréquentes

Que se passe-t-il si je change la date de début du plan après avoir commencé à le remplir ?

Toutes les dates du plan hebdomadaire, mensuel et annuel se recalculent automatiquement à partir de la nouvelle date. Le contenu déjà saisi (thème, format, coût, statut...) reste inchangé ; seules les dates et les jours de la semaine associés se décalent.

Puis-je laisser des jours sans aucune action ?

Oui. Une ligne du plan hebdomadaire sans thème renseigné est automatiquement ignorée par les calculs du plan mensuel et du tableau de bord : elle n'a aucune incidence sur les indicateurs.

Comment ajouter un nouveau réseau social ou un nouveau format de contenu à la liste déroulante ?

Ajoutez la nouvelle valeur en bas de la colonne correspondante dans l'onglet « Listes ». Elle apparaîtra alors dans le menu déroulant du plan hebdomadaire.

Le Semestre 2 démarre-t-il automatiquement ?

Oui. La date de début du Semestre 2 se calcule automatiquement dans l'onglet « Stratégie de Communication », 26 semaines après la date de début du Semestre 1 ; aucune saisie n'est nécessaire dans l'onglet « Plan Hebdomadaire S2 ».

Le fichier fonctionne-t-il sans connexion internet ?

Oui. EDITO+ est un classeur Excel autonome : aucune connexion internet, aucun module complémentaire ni licence supplémentaire n'est nécessaire pour l'utiliser.