



Chartes éditoriales

1. Les objectifs de notre entreprise

2 .La Ligne Éditoriale

2.1 Les cibles :

2.2 Persona :

2.2.1 Premier (cœur de cible)

2.2.2 Deuxième (Cible principale)

2.2.3 Troisième (cible secondaire)

2.3 Positionnement :

2.4 Style :

2.5 Ton :

2.6 Formats éditoriaux :

3.Stratégie SEO

4.Rubricage

1. les objectifs de notre entreprise

- inciter les personnes a découvrir le monde d'une façon différente .
- toucher et sensibiliser toutes les personnes qui ont le rêve de partir en voyage avec activités, nous devons le réaliser !
- offrir de nouvelle expérience dans la vie et un lieu d'échange et de discussions sur le monde .
- faire connaître les cultures et les expérience forte du mondes .
- encourager les personnes a quitter leur routines et a partir a l'aventure.
- sensibiliser tout le reste du monde qui ne voyage pas .

2 .La Ligne Éditoriale

2.1 -CIBLE :

- Cœur de cible : personnes qui ont entre 30 et 40 ans, sans enfant à charge. Aisé ou modeste financièrement
- . - Cible principale : personnes qui ont entre 30 et 60 ans. Aisé ou modeste financièrement.
- Cible secondaire : personnes plus jeune ayant beaucoup d'argent (pour nous du coup). - Autres cibles : enfants courage

2.2.1 Premier (cœur de cible)

Jean et sa fiancée ont économisé depuis plusieurs années afin de se consacrer un voyage sensationnel. Après de nombreuses années sans avoir pris de vacances, ce couple actif veut dépenser sans compter dans un voyage inoubliable.

« Pour notre anniversaire de mariage, ma fiancée m'a offert ce voyage. »

Age : 33 ans

Métier : Technicien de maintenance

Statut : En couple, aucun enfant

Ville : Gravelines

Langues : Français et anglais

Digital : ● ● ● ● ●

Budget : ● ● ● ● ○

Besoins et attentes

- Voyage hors du commun
- Une pléthore d'activités

Argument pour le convaincre

- Des agences avec des conseillers se situent partout sur le territoire
- Des voyages de luxe sont mis à leur disposition

Difficultés actuelles

- N'ont pas les connaissances du marché du voyage
- N'ont pas confiance des agences se situant uniquement sur internet

Ce que l'agence attend de lui

- Qu'il fasse un retour en ligne sur son voyage pour mieux diriger les autres voyageurs
- Promotionne l'agence à ses contacts

2.2.2 Deuxième (Cible principale)

Michel, retraité, et sa femme adore voyager et surpasser leurs limites. Depuis qu'ils sont à la retraite, ils veulent profiter au maximum de la vie.

Age : 64 ans
Métier : Retraité, ancien médecin
Statut : En couple, 2 enfants adultes
Ville : Paris
Langues : Français
Digital : ☒ ☐ ☐ ☐
Budget : ☒ ☒ ☒ ☒

« Depuis que je suis à la retraite, je suis plus actif comme avant. Ce voyage permettra de me revigorer »

Besoins et attentes

- Voyage hors du commun
- Des sensations à couper le souffle

Difficultés actuelles

- N'est pas bilingue
- Ne connaît peu les offres sur internet

Arguments pour le convaincre

- Guides français dans les pays étrangers
- Toutes les manipulations sur internet sont effectuées par l'agence

Ce que l'agence attend de lui

- Qu'il devienne un client régulier
- Qu'il parle de l'agence aux personnes de sa catégorie d'âge

2.2.3 Troisième (cible secondaire)

Stéphanie Moreau, passe beaucoup de temps dans son bureau. Elle a envie de se changer les idées. Elle est fan de sensations fortes depuis qu'elle est jeune avec ces nombreuses sorties dans les parcs.

Age : 28 ans
Métier : Architecte d'intérieur
Statut : Célibataire
Ville : Dijon
Langues : Français, anglais, espagnol
Digital : ☒ ☒ ☒ ☐
Budget : ☒ ☒ ☐ ☐

« Mes amis veulent que je sorte ! Donc je me suis engagée à revivre des expériences fortes comme quand j'étais jeune »

Besoins et attentes

- Une nouvelle expérience qui sort de l'ordinaire
- Découverte de lieux atypiques, totalement différents de son lieu de résidence

Difficultés actuelles

- N'a pas le temps de s'éterniser pour trouver un voyage
- Ne connaît pas les lieux attractifs par rapport à son manque d'expérience dans les voyages

Arguments pour la convaincre

- Un large choix d'activités atypiques
- Un site qui organise son voyage sur-mesure
- Les prix seront attractifs en sachant qu'elle est seule

Ce que l'agence attend d'elle

- Qu'elle devienne une cliente régulière
- Promotionne l'agence à ses contacts

2.3 Positionnement :

- inciter à l'achat de la préparation à un voyage

2.4 Style :

-Vocabulaire grand public, technique

2.5 Ton : Proche, joyeux, sérieux.

2.6 Formats éditoriaux :

Formulaire, images, articles, explications

3.Stratégie SEO

La stratégie SEO c'est d'abord de la création de contenu, mais aussi tout un ensemble de techniques pour pouvoir mettre en valeur notre page sur le web. Pour pouvoir obtenir les meilleurs résultats, plusieurs stratégies doivent être mises en place sur chacune de nos publications Tout d'abord, faites des recherches de mots clés. afin de déterminer les mots clés sur lesquels il est judicieux de de nous positionner par rapport à nos concurrents. . Un site Web avec une vitesse de chargement optimale entraîne une visite agréable et fluide pour les internautes. Le but de Google étant de satisfaire ces derniers, lui proposer des sites Web rapides est l'une de ses priorités

4.Rubricage

