1. Être précis : un article = un sujet. Choisir un angle. Anti-exemple : les RH chez Rossel (sujet trop large pour un article de 3000 signes).
2. Être concis : ne pas vouloir tout dire, mais susciter la curiosité du lecteur.
3. Aérer le contenu : Ne pas faire des phrases, de citations et des paragraphes trop longs. Avoir un titre court, sans forcément indiquer le nom de sa société et penser aux intertitres.
4. Apporter une expertise : ne pas seulement vendre sa société/son équipe, mais donner des conseils ou éclairer une thématique.
5. Incarner le contenu avec les citations d’un membre de l’équipe. Ne pas pensez qu’au DRH/CEO/Top management, mais mobiliser l’équipe (surtout lors d’un sujet « recrutement ».