



Vous ne pouvez pas tout faire pour votre com'

10 actions à arrêter pour retrouver une vision claire de votre communication

Commencez par identifier ce qui mérite encore votre attention

10 minutes pour faire votre auto-évaluation en 10 questions pour retrouver des priorités claires

Marie-Hélène MAHÉ
Fondatrice de MHM agence de communication



1. Arrêter de vouloir être présent partout

Être actif sur tous les réseaux ne garantit pas davantage de visibilité.

Le risque est surtout de manquer de temps et de régularité.

● Combien de temps êtes-vous prêt à consacrer chaque semaine à votre communication au cours des 90 prochains jours ?

- ☐ moins d'1 heure
- ☐ 1 à 2 heures
- ☐ 3 à 4 heures
- ☐ 5 à 6 heures
- ☐ Plus de 6 heures
- ☐ Autre

2. Arrêter de modifier votre site internet tous les mois

Votre site doit évoluer, mais il ne doit pas devenir un chantier permanent.

Des modifications trop fréquentes perturbent vos visiteurs et rendent votre activité moins lisible pour les moteurs de recherche.

● Si vous demandiez à 3 personnes de visiter votre site internet aujourd'hui, quelle note sur 5 attribueraient-elles à la compréhension de votre activité ?

Sur une échelle de 1 à 5 :

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

Difficile à comprendre

Immédiatement compréhensible

3. Arrêter de créer du contenu sans objectif précis

Chaque publication doit avoir un but.

🟡 Au cours des trois derniers mois, vos contenus répondaient-ils à un objectif clairement identifié ?

Sur une échelle de 1 à 5 :

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

Non, jamais

Oui, toujours

4. Arrêter de lancer de nouvelles actions avant d'avoir vérifié que les précédentes fonctionnent

Multiplier les projets sans mesurer leur impact vous expose à de mauvaises décisions.

🟡 Savez-vous quelles actions de communication produisent aujourd'hui les meilleurs résultats pour votre activité ?

☐ Oui, parfaitement

☐ Globalement

☐ Partiellement

☐ Très difficilement

☐ Pas du tout

☐ Autre

5. Arrêter de repousser les décisions importantes

Certaines décisions reportées depuis plusieurs mois freinent le succès de votre stratégie de communication et de ses objectifs. À force de trop réfléchir, vous perdez de vue les actions prioritaires.

🟡 Y a-t-il aujourd'hui une décision importante concernant votre communication que vous repoussez depuis plusieurs semaines ou plusieurs mois ?

☐ Oui, plusieurs

☐ Oui, au moins une

☐ Peut-être

☐ Non

☐ Autre

6. Arrêter de parler “à tout le monde”

Sans une cible définie, difficile de savoir quoi dire et où la contacter. Le risque est de vous épuiser à parler à beaucoup de monde, sans convaincre personne.

● Aujourd'hui, pouvez-vous identifier précisément trois profils-clients que votre communication doit convaincre au cours des 30 prochains jours ?

- | | |
|---|---------------------------------------|
| ☐ Oui, précisément | ☐ Pas vraiment |
| ☐ Globalement | ☐ Pas du tout |
| ☐ Partiellement | ☐ Autre |

7. Arrêter de multiplier les outils

Un nouvel outil ne remplace jamais une stratégie claire. Vous risquez d'accumuler les abonnements, les plateformes et les applications sans améliorer votre visibilité ou votre chiffre d'affaires.

● Les outils que vous utilisez aujourd'hui produisent-ils des résultats concrets pour votre visibilité ?

- | | |
|---|---|
| ☐ Oui, tous | ☐ Très peu |
| ☐ La plupart | ☐ Je ne sais pas |
| ☐ Certains seulement | ☐ Autre |

8. Arrêter de communiquer uniquement lorsque vous avez le temps

La visibilité se construit avec de la régularité, pas dans l'urgence. Quelques semaines de silence suffisent à vous faire oublier.

● Si vous regardez les 90 prochains jours, savez-vous déjà quoi communiquer et quand le faire ?

Sur une échelle de 1 à 5 :

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Non, pas du tout

Oui, très précisément

9. Arrêter de comparer votre communication à celle des autres

Votre activité, vos clients ou vos objectifs peuvent ressembler à ceux de vos concurrents.

En revanche, votre savoir-faire est unique.

- Regardez vos supports de com' : votre différence saute-t-elle immédiatement aux yeux de vos visiteurs ?

Sur une échelle de 1 à 5 :

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

Non, pas du tout

Oui, très clairement

10. Arrêter d'accumuler les idées sans choisir vos priorités

Une bonne idée n'a de valeur que lorsqu'elle devient une action. Le risque est de rester dans la réflexion alors que certaines de vos idées pourraient déjà produire des résultats.

- Parmi toutes vos idées, pouvez-vous identifier celle qui mérite d'être lancée en priorité ?

Sur une échelle de 1 à 5 :

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

Non, pas du tout

Oui, sans hésitation

11. Arrêter d'attendre le bon moment

Félicitations ! Votre auto-évaluation est terminée.

Maintenant, vous savez mieux ce qui mérite votre attention...

La prochaine étape ?

1. **décider** quoi faire en premier,
2. quoi **arrêter**,
3. **construire** votre feuille de route personnalisée pour **les 90 prochains jours**.

C'est exactement ce que nous faisons pendant les sessions stratégiques en communication en petit groupe.



Découvrez les prochaines dates des sessions



Nicolas avait lui aussi identifié plusieurs points à améliorer avant de participer à une session stratégique animée par Marie-Hélène Mahé.



Nicolas Thibert · 1er

Moniteur Cycliste Diplômé (VTT/Urbain/Route) | Progression, sécurité, performance | Yvelines | @NouvelleTraj
27 mars 2026, Nicolas a été le client de Marie-Hélène

Ma politique de comm était une nébuleuse floue avant ma séance avec MHM.
je suis reparti avec un plan clair, complété avec un calendrier d'actions concrètes à mener.
J'ai de suite entamé la refonte de mon site web, en ayant bien intégré les modifications à apporter.
Merci Marie-Helene

En une demi-journée, il a :

- ✓ clarifié ses priorités
- ✓ construit sa feuille de route pour les 90 prochains jours.
- ✓ atteint son objectif : être visible et reconnu pour son savoir-faire auprès de sa cible