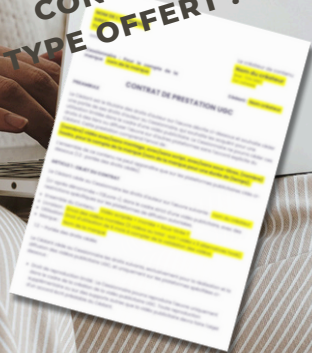


DEVENIR

créateur
UGC

30 PAGES POUR T'AIDER À DÉBUTER !

+ UN
CONTRAT
TYPE OFFERT !



- ✓ Comprendre l'UGC et son potentiel
- ✓ Créer un portfolio qui attire
- ✓ Trouver et contacter ses premières marques
- ✓ Savoir structurer ses vidéos UGC
- ✓ Fixer ses tarifs et sécuriser ses collabs

TOUT CE QUE J'AURAIS AIMÉ AVOIR EN
COMMENÇANT

LES CLÉS DE LA
RÉUSSITE

Sommaire

- ✓ Sommaire
- ✓ Introduction
- ✓ Comprendre l'UGC
- ✓ Créer son statut auto-entrepreneur
- ✓ Créer ton mail pro & tes réseaux sociaux
- ✓ Choisir sa niche
- ✓ Réaliser ses premières vidéos/photos
- ✓ Créer ton portfolio
- ✓ Fixer ses tarifs
- ✓ Démarcher ses premières marques
- ✓ Dictionnaire de l'UGC
- ✓ Bonus - Ton contrat type offert

Introduction

Tu veux devenir **créateur UGC**, mais tu ne sais pas vraiment par où commencer ?

Quand j'ai démarré, je me suis retrouvée face à une *montagne d'informations*, parfois contradictoires, et j'aurais aimé avoir un **guide simple et clair** pour avancer pas à pas.

C'est exactement **l'objectif de ce guide** : t'accompagner dans tes débuts, en allant **droit au but**.

Ici, pas de blabla inutile : tu trouveras des **conseils pratiques**, des **étapes concrètes** et **des astuces** pour te lancer plus sereinement.

L'UGC, c'est bien plus que **créer une vidéo** :

- C'est **comprendre** ce que recherchent les marques.
- C'est **savoir te présenter** de façon professionnelle.
- C'est **poser les bases** pour attirer tes premiers clients.

Mon objectif avec ce guide est simple : t'aider à **gagner du temps**, à **éviter les erreurs de débutant** et à **avancer avec plus de confiance**.

Chapitre 1

Comprendre l'UGC et son potentiel.

Avant de te lancer, il est essentiel de bien comprendre ce qu'est réellement l'UGC.

UGC signifie *User Generated Content*, ou en français contenu généré par l'utilisateur. Ce sont des vidéos, photos ou témoignages créés par des clients ou des créateurs indépendants, et utilisés par les marques dans leur communication.

Contrairement aux publicités classiques, l'UGC se distingue par son côté **authentique, naturel et proche du consommateur**. Les marques l'adorent, car il inspire **plus de confiance** et génère souvent **de meilleures conversions**.

Pourquoi les marques investissent dans l'UGC ?

- Les consommateurs font **davantage confiance** à une personne comme eux qu'à une publicité trop léchée.
- Une vidéo UGC **booste l'engagement** : plus de likes, de partages et de commentaires.
- C'est un contenu **adaptable** : il peut être utilisé en publicité payante, sur les réseaux sociaux, ou même sur un site e-commerce.

Et pour toi, créateur ?

L'UGC n'est pas qu'un service que tu rends aux marques, c'est aussi une opportunité pour toi :

- **Exprimer ta créativité** sans forcément montrer ton visage.
- **Travailler de chez toi**, à ton rythme, avec une grande liberté.
- **Monétiser tes compétences** : montage vidéo, storytelling, sens de l'esthétique.
- Construire peu à peu une **activité durable et rentable**.

En résumé : l'UGC, c'est un **levier puissant** pour les marques, et **une opportunité unique** pour toi si tu veux lancer une activité créative, flexible et rentable.

À retenir de ce chapitre :

1. L'UGC = *contenu authentique* qui inspire confiance.
2. C'est un **atout stratégique** pour les marques qui veulent vendre plus.
3. Pour toi, c'est une **opportunité créative et rémunératrice**.

Chapitre 2

Créer son statut auto-entrepreneur.

Si tu veux travailler avec des marques, il est **indispensable d'avoir un statut officiel**. Sans ça, tu ne pourras pas facturer légalement et certaines marques refuseront simplement de collaborer avec toi.

Le statut le plus simple et le plus rapide en France, c'est celui **d'auto-entrepreneur** (*aussi appelé micro-entrepreneur*).

- Il est **gratuit** à créer.
- Tu peux t'inscrire directement en ligne sur le site officiel : formalites.entreprises.gouv.fr.
- Tu obtiens un **numéro SIRET**, qui te permet de faire des factures professionnelles.

Pourquoi c'est important ?

- Ça rassure les marques : elles savent qu'elles traitent avec un **prestataire sérieux**.
- **Ça sécurise tes revenus** : tu declares officiellement ton activité, donc pas de problème administratif.
- **Tu peux accéder à des avantages** : ouverture de compte pro, protection sociale, retraite, etc.

Comment bien remplir ton inscription ?

- Renseigne ton vrai **prénom et ton nom** (c'est une immatriculation officielle).
 - En **activité déclarée**, indique créateur/créatrice UGC dans la description libre.
 - Ton **code APE** peut être différent (ex. "Photographe", "Activités récréatives et de loisirs" ou "Création de contenus numériques").
- 👉 Pas d'inquiétude, l'essentiel est d'être déclaré.
- Pour débiter, tu peux rester en **franchise en base de TVA** → tu ne factures pas la TVA, c'est plus simple.

Ressource utile :

Pour t'aider à remplir ton dossier étape par étape, voici une vidéo YouTube très claire qui montre la procédure en détail.

👉 [Voir la vidéo sur YouTube](#)

📌 À retenir de ce chapitre :

Créer ton statut auto-entrepreneur est **la première étape obligatoire** pour te lancer en UGC. C'est simple, gratuit et rapide. En quelques clics, tu peux obtenir **ton SIRET** et commencer à facturer tes premières missions légalement.

Chapitre 3

Créer ton mail pro & tes réseaux sociaux

Une fois ton statut créé, il est temps de préparer ton **identité professionnelle**. C'est ce qui va rassurer les marques et te différencier d'un simple amateur.

1. Créer ton mail professionnel

Un mail pro, c'est la base. Oublie les adresses trop personnelles du type "*princesse92@gmail.com*".

👉 Choisis une adresse claire et professionnelle, par exemple :

- **prenom.nom@gmail.com**
- ou encore mieux, si tu as un nom de domaine : **contact@tonnom.fr**

📌 **Astuce :**

utilise cet e-mail uniquement pour ton activité UGC. Ça te permet de rester organisée et de montrer ton sérieux aux marques.

2. Créer ou optimiser tes réseaux sociaux

Aujourd'hui, les marques vont souvent jeter un œil à ton **Instagram**, ton **TikTok**, ou même ton **LinkedIn** avant de collaborer.

Tu n'as pas besoin de montrer ta vie perso : tes comptes doivent surtout refléter ton côté **pro et créatif**.

Quelques conseils simples :

- Mets une **photo de profil claire et professionnelle**.
- Rédige une **bio concise et impactante** → explique qui tu es et ce que tu proposes.
- Ajoute ton **adresse mail pro** dans ta bio pour faciliter le contact.
- Commence à **partager du contenu** : *exemples de vidéos, carrousels, backstage.*

3. Pourquoi c'est important ?

- Tu montres que tu es **accessible** et **facile à contacter**.
- Tu crées une image de **fiabilité et de professionnalisme**.
- Tu te rends **visible** aux marques qui recherchent des créateurs.

 **À retenir de ce chapitre :**

Un **mail pro** et des **réseaux sociaux optimisés** sont essentiels pour inspirer confiance et poser les bases de ton activité UGC.

Même si tu commences faceless, tu dois montrer que tu es **organisé(e), sérieux(se) et prêt(e) à collaborer**.

Chapitre 4

Choisir sa niche

Quand tu démarres en UGC, tu peux avoir envie de tout tester. Mais si tu veux attirer plus vite l'attention des marques, il est essentiel de **choisir une niche** ou au moins **un domaine principal** sur lequel te *concentrer*.

1. Qu'est-ce qu'une niche ?

Une niche est un secteur ou un type de produit sur lequel tu vas créer du contenu.

Exemples de niches courantes en UGC :

- Beauté & Bien-être
- Lifestyle & déco
- Animaux 🐾
- Technologie
- Voyage
- Application
- Mode....

2. Pourquoi c'est important ?

- Les marques aiment collaborer avec des créateurs qui **comprennent leur univers**.
- Ça t'aide à créer un **portfolio cohérent**.
- Tu gagnes en **crédibilité** : mieux vaut être bien positionné sur 1 ou 2 niches que de s'éparpiller partout.

3. Comment choisir ta niche ?

Pose-toi ces 3 questions simples :

1. **Qu'est-ce que j'aime vraiment ?** (ex : soins de la peau, maquillage, déco, tech...)
2. **Qu'est-ce qui correspond à ma personnalité / mon style de contenu ?**
3. **Quelles niches ont de la demande ?** (regarde les pubs, les comptes des marques, ce qu'elles postent déjà).

💡 **Astuce :**

Tu n'es pas obligée de t'enfermer dans UNE seule niche. Tu peux en avoir 2-3 complémentaires (ex : skincare + bien-être + lifestyle).

4. Exemple concret

Si tu aimes le **makeup**, commence par créer quelques vidéos autour de ça (tests, tutos rapides, unboxing).

Tu peux ensuite élargir petit à petit vers le **skincare** ou le **hairecare** → les univers restent proches et cohérents.



À retenir de ce chapitre :

Choisir une **niche claire** au début te permet **d'attirer les bonnes marques** et de **construire un portfolio cohérent** et pro. Tu pourras toujours élargir plus tard, mais pour commencer, mieux vaut être identifié dans un domaine précis.

Chapitre 5

Réaliser ses premières vidéos/photos.

Tu as choisi ta niche, il est temps de **créer tes premiers contenus**. Pas besoin de matériel hors de prix : **l'important est de commencer, tester et progresser.**

1. Le matériel de base

- **Un bon téléphone** → inutile d'investir dans une caméra au départ, les smartphones actuels suffisent largement.
- **Un trépied** → pour stabiliser tes plans et éviter les vidéos qui tremblent.
- **De la lumière** → privilégie la lumière naturelle (près d'une fenêtre). Si tu filmes souvent le soir, investis dans une ring light, softbox,...

2. Préparer ton espace de tournage

- Choisis un **fond propre et lumineux** (mur blanc, bureau, table déco).
- Évite le **désordre** ou les *objets parasites* en arrière-plan.
- **Mets en avant ton produit** : il doit être la star de la vidéo.

3. Filmer tes premières vidéos

Garde en tête ces points essentiels :

- **Choisis le format demandé par la marque** : vertical (9:16) pour TikTok/Reels/Shorts, carré (1:1) pour certains posts Instagram, horizontal (16:9) pour YouTube ou site web.
- **Varie tes plans** : close-up sur le produit, plan plus large pour montrer l'utilisation.
- **Évite les vidéos trop longues** → vise entre 15 et 45 secondes sauf si le brief prévoit autre chose.
- **Capte l'attention dès les 3 premières secondes** (accroche visuelle, texte ou geste marquant).

4. Monter tes vidéos

Pas besoin de logiciels compliqués au début :

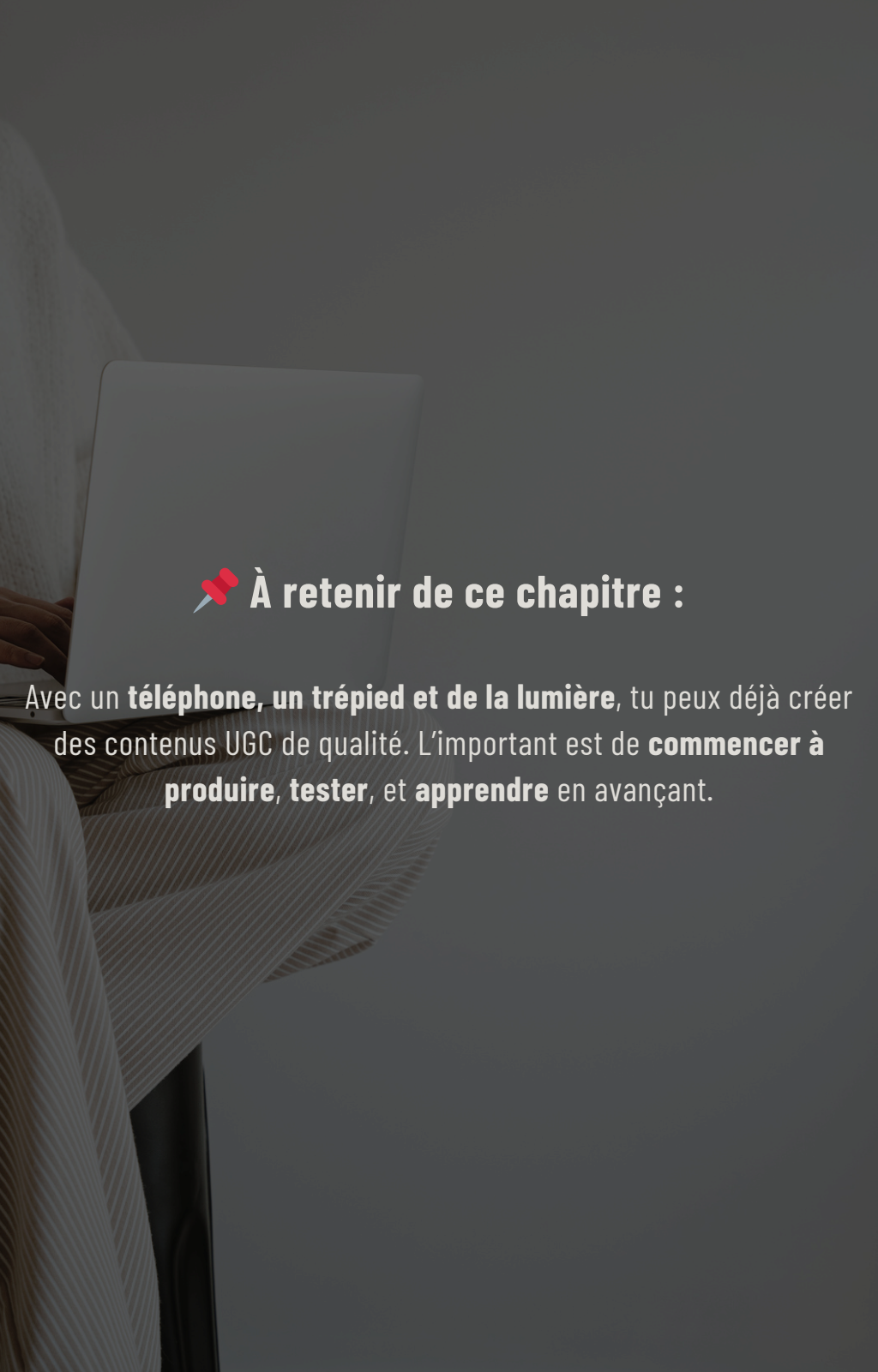
- Utilise **CapCut** ou **InShot** (simples et gratuits).
- **Ajoute du texte** si besoin pour renforcer ton message.
- Vérifie que **le son est clair** et que la musique ne couvre pas ta voix.

5. Astuce pour progresser

Ne cherche pas la perfection dès le début.

Plus tu vas créer de vidéos, plus tu vas trouver ton **style et ton workflow**.

Tes premières vidéos ne seront *pas parfaites*, mais elles seront déjà une **preuve de ton savoir-faire** pour ton futur portfolio.



À retenir de ce chapitre :

Avec un **téléphone, un trépied et de la lumière**, tu peux déjà créer des contenus UGC de qualité. L'important est de **commencer à produire, tester, et apprendre** en avançant.

Chapitre 6

Créer ton portfolio

Ton **portfolio** est ta **carte de visite**. C'est souvent la **première chose** qu'une marque **regarde** avant de décider si elle veut travailler avec toi. Même si tu débutes, tu peux déjà en créer un qui donne envie.

1. Pourquoi un portfolio est indispensable

- Il montre un aperçu de ton **style et de ta créativité**.
- Il prouve que tu es capable de **réaliser des vidéos/photos de qualité**.
- **Il rassure la marque** : elle voit ce qu'elle peut attendre de toi.

Sans portfolio, il est beaucoup plus difficile d'obtenir une réponse positive de la part des marques.

2. Que mettre dans ton portfolio ?

Quelques **vidéos/photos test** que tu as créées par toi-même (*même sans collab*).

Des contenus organisés par type :

- Unboxing
- Tuto / démonstration
- Avant/Après
- Lifestyle / Routine
- Témoignage / storytelling
- ...

Pas besoin de montrer 50 vidéos → mieux vaut **5 à 8 créations bien choisies** que trop de contenus qui se ressemblent.

3. Où créer ton portfolio ?

Canva → *simple, gratuit, beau rendu visuel.*

4. Les erreurs à éviter

- **Mettre trop de vidéos différentes** → ça perd la marque.
- **Oublier un CTA clair** (*ex : ton mail, un bouton "Travaillons ensemble"*).
- Ne pas mettre **tes meilleures créations en premier**.

5. Astuce bonus

Tu dois aussi ajouter :

- **Une mini-présentation** (qui tu es, ce que tu proposes).
- **Les avis de tes premiers clients** (*même pour un gifting*).
- **Tes informations de contact claires** : *mail pro, lien Linktree, Instagram, Tiktok,...*

À retenir de ce chapitre :

Ton portfolio est **ton meilleur outil de prospection**. Même si tu n'as pas encore de clients, **crée du contenu test** et **organise-le proprement**. Un portfolio clair, simple et bien structuré vaut bien plus qu'un long discours.

Chapitre 7

Fixer ses tarifs

C'est souvent l'étape qui fait peur quand on débute en UGC : **combien demander à une marque ?**

Fixer ses tarifs peut sembler *compliqué*, mais il existe quelques règles simples pour ne pas se brader tout en restant accessible en tant que débutant.

1. Pourquoi tes tarifs sont importants

- **Ils reflètent ta valeur** : si tu demandes trop peu, la marque ne te prendra pas au sérieux.
- **Ils déterminent ton positionnement** : tu veux être vu(e) comme un **créateur sérieux**, pas comme un *hobbyiste*.
- **Ils doivent être justes** : pour toi (*temps, efforts*) et pour la marque (*budget marketing*).

2. Comment définir tes prix au début

Pose-toi ces questions simples :

- **Combien de temps** me prend la création (*préparation, tournage, montage*) ?
- Est-ce que je fournis seulement la **vidéo/photo**, ou aussi **le scénario, la voix-off, le montage** ?
- Est-ce que la marque pourra utiliser le contenu **uniquement sur ses réseaux**, ou aussi en **publicité payante** ?

3. Fourchettes de tarifs pour débiter

(à adapter selon ta niche et ton expérience)

- **1 vidéo UGC organique** (15-45 sec) → entre 100 € et 150 €.
- **Pack de 3 vidéos** → entre 200 € et 400 €.
- **Photo lifestyle ou produit** → entre **30 € et 80 €**.

Rajoute **+10%** de ton prix /mois pour de l'ADS.

À mesure que tu gagnes en expérience et en résultats, tu pourras **augmenter tes prix**.

4. Les erreurs à éviter

- ❌ Accepter de travailler **uniquement** en gifting (sauf au tout début pour t'entraîner).
- ❌ **Donner un prix trop bas** "pour plaire à la marque".
- ❌ Ne pas préciser **les droits d'utilisation** → une vidéo utilisée en publicité payante doit être facturée plus cher.

5. Astuce pratique

Prépare une **grille tarifaire simple** (ex : 1 vidéo, 3 vidéos, photos, option droits publicitaires).

Tu pourras l'envoyer rapidement aux marques qui te demandent tes prix, sans devoir réfléchir à chaque fois.

À retenir de ce chapitre :

Tes tarifs doivent refléter **ta valeur** et **le temps investi**. Même en tant que débutant, **tu peux fixer des prix justes et pro**. Ne te brade pas : une marque qui voit tes prix trop bas risque de douter de ta qualité.

Chapitre 8

Démarcher ses premières marques

Tu as **ton statut, ton mail pro, tes réseaux et ton portfolio** : il est temps de **passer à l'action et d'aller chercher tes premiers clients**.

Beaucoup de créateurs attendent que les marques viennent à eux... mais au début, c'est rarement le cas. La clé, c'est la **prospection active**.

1. Où trouver des marques à contacter ?

- **Instagram** : tape des **mots-clés** ou **explore les hashtags** (*#skincarefrance, #marquebio, etc.*).
- **TikTok** : observe **quelles marques sont déjà actives** avec du contenu vidéo.
- **LinkedIn** : recherche les **responsables marketing ou communication** des marques.
- **Plateformes UGC** : Skeepers, Youdji, Collabstr...

2. Comment contacter une marque ?

Envoie un mail professionnel ou un DM court et clair.

Voici les points clés à respecter :

- **Choisis un objet qui donne envie d'ouvrir** : il doit intriguer ou poser une question (ex : *"Et si vos produits prenaient vie en vidéo ?"*).
- **Présente-toi rapidement** : ton prénom, ton rôle de créateur UGC.
- **Montre que tu t'es intéressé à la marque** : parle de leur *engagement*, d'une *nouveauté* ou d'un de leurs *bestsellers*.
- **Propose 2 à 3 idées de contenus** : développe-les brièvement pour que la marque puisse se projeter facilement.
- **Soigne ta signature de mail** : ajoute ton portfolio et tes infos de contact.
- **Ajoute un CTA (Call To Action)** : termine ton mail par une question simple, pour inciter la marque à répondre. **Exemple** : *"Est-ce que vous avez une campagne en cours ou à venir pour laquelle je pourrais vous envoyer quelques idées ?"*

3. Combien de marques contacter ?

Au début, fixe-toi un objectif simple :

- 5 à 10 marques par jour.
- Note chaque contact dans un tableau (Notion, Excel) pour pouvoir relancer.

4. L'importance des relances

Un premier message reste souvent sans réponse, non pas parce que la marque n'est pas intéressée, mais simplement parce que ton mail s'est perdu dans leur boîte de réception ou qu'ils n'ont pas eu le temps d'y répondre.

C'est pour ça que les **relances sont essentielles** : elles montrent ton sérieux, ta motivation et ton professionnalisme. Beaucoup de créateurs abandonnent trop vite, alors qu'en réalité, une grande partie des contrats se signent après une ou deux relances.

Une relance bien formulée rappelle à la marque que tu es disponible, tout en restant polie et non insistante. Elle peut aussi être l'occasion d'ajouter un petit élément nouveau (*une idée supplémentaire, une ressource, un lien vers ton portfolio actualisé*).

L'essentiel est de trouver le bon équilibre : **être persévérant sans être envahissant**.

5. Reste patient(e) et persévérant(e)

Ne te décourage pas si tu n'as pas de réponse immédiate. La prospection est un **jeu de chiffres** : plus tu contactes de marques, plus tu augmentes tes chances d'obtenir une collaboration.



À retenir de ce chapitre :

Démarcher, c'est **oser proposer tes services**. Avec un **message simple**, un **portfolio pro** et **quelques relances**, tu peux déjà *obtenir tes premiers contrats et lancer ton activité UGC.*

Dictionnaire

Voici un petit dictionnaire des termes que tu verras très souvent dans l'UGC.

- **ADS** : Contenu utilisé en publicité payante (souvent sur Meta Ads, TikTok Ads, etc.).
- **Organique** : Contenus publiés uniquement sur les réseaux sociaux de la marque, sans budget pub derrière.
- **Meta** : La maison mère de Facebook & Instagram, qui propose aussi Meta Ads (publicités).
- **Inbound** : Quand ce sont les marques qui viennent vers toi pour collaborer.
- **Outbound** : Quand c'est toi qui démarches activement les marques.
- **Hook** : L'accroche d'une vidéo, les premières secondes qui doivent capter l'attention.
- **Portfolio / Book** : Ta vitrine professionnelle, où tu regroupes tes meilleures créations UGC.
- **Script** : Texte ou structure qui guide ta vidéo (intro, argument, CTA).
- **Rush** : Vidéo brute, avant montage.
- **B-roll** : Plans secondaires ou d'illustration qui viennent enrichir ta vidéo (ex. zoom sur un produit, ambiance, détails).
- **Brief** : Document ou message envoyé par la marque avec les consignes pour créer le contenu.
- **CTA** (Call To Action) : Appel à l'action à la fin de ta vidéo (ex. "Ajoute au panier", "Découvre la gamme complète").
- **Testimonial** : format vidéo type "avis client" ou "témoignage".

- **Whitelisting** : la marque utilise ton compte personnel pour diffuser des publicités.
- **Pack** : offre groupée (ex. plusieurs vidéos + photos vendues ensemble).
- **KPI** : indicateurs de performance (taux de clic, taux de conversion, etc.), souvent utilisés par les marques en ADS.
- **ROAS** (Return On Ad Spend) : Indicateur clé du marketing digital qui mesure le retour sur investissement d'une campagne publicitaire.



Bonus

Bonus – Contrat type.

Quand tu décroches tes premières collaborations, il est essentiel d'avoir un **contrat clair**.

Pourquoi ? Parce qu'il **protège toi en tant que créateur**, mais aussi **la marque** avec laquelle tu collabores.

Un contrat permet de :

- **Définir le contenu à livrer** (*nombre de vidéos/photos, formats*).
- *Fixer les délais de livraison.*
- **Préciser les modalités de paiement** (*montant, date, mode de règlement*).
- **Encadrer les droits d'utilisation du contenu** (*durée, plateformes, usage organique ou publicitaire*).
- **Anticiper les conditions de modification ou de révision.**

Sans contrat, tu risques les malentendus, les retards de paiement ou l'utilisation abusive de ton contenu.

Bonjour

Mon cadeau pour toi ✨

Pour t'aider à gagner du temps et éviter les erreurs, je mets à ta disposition un **modèle de contrat type** que tu peux adapter à tes collaborations.

 [Télécharger le contrat type ici](#)

À retenir :

Un contrat simple, même d'une page, suffit à **sécuriser tes missions** et à **montrer ton professionnalisme**. Utilise-le dès ta première collaboration, tu éviteras bien des problèmes.

Conclusion

Tu viens de parcourir ce guide et j'espère qu'il t'aura permis d'y voir plus clair pour te lancer dans l'UGC.

N'oublie pas : chaque créateur commence quelque part, et l'essentiel est de **poser des bases solides** pour avancer étape par étape.

Avec les bons outils, un peu de méthode et de persévérance, tu peux transformer ta passion pour la création en une véritable activité professionnelle.

Ce guide est une première étape, mais tu trouveras encore plus de conseils et de ressources utiles sur mon blog :

 [Mon blog sur l'UGC](#)

Et si tu veux gagner du temps, télécharge directement mes ressources gratuites :

-  [Passes à l'action avec mes ressources !](#)

Merci d'avoir pris le temps de lire ce guide ❤️

Je te souhaite de belles réussites et, surtout, de prendre plaisir à créer !

A venir...



Ce qui arrive bientôt...

Une formation complète où je t'accompagne de A à Z pour lancer et développer ton activité UGC.

Dans cette formation, tu apprendras à :

- Mettre en place ton activité pas à pas, sans stress.
- Créer un portfolio qui attire vraiment les marques.
- Démarcher efficacement et décrocher tes premiers contrats.
- Livrer des contenus pros qui donnent envie de retravailler avec toi.
- Et encore +...

 **Tu seras guidé(e) étape par étape, avec des exemples concrets, des modèles prêts à l'emploi et un vrai suivi.**

 Reste connecté(e) via mon blog pour être averti(e) dès l'ouverture des inscriptions !