EMPREINTE

Digitale

By Charlotte

COMMUNIQUER AVEC JUSTESSE ET IMPACT DANS TA PRATIQUE DE SOIN

© TransmissionByCharlotte – Tous droits réservés

Sommaire

1 INTRODUCTION

2 CE GUIDE EST POUR TOI SI...

3 COMMENT UTILISER CE GUIDE

4 LES BASES

5 CONSTRUIRE UNE PRÉSENCE COHÉRENTE

6 LES CONTENUS: QUOI PUBLIER?

7 LES PIÈGES À ÉVITER SUR LES RÉSEAUX

8 COMMUNIQUER EN TANT QUE PRO DE SANTÉ ET DU BIEN-ÊTRE:
CE QUE DIT LA LOI (BELGIQUE & FRANCE)

9 MES OUTILS DU QUOTIDIEN

10 PASSER À L'ACTION SANS SE PERDRE
CONCRÈTEMENT, MAINTENANT, ON FAIT QUOI?

11 CONCLUSION

12 LEXIQUE

Ce document est protégé par le droit d'auteur. Toute reproduction, diffusion ou utilisation, même partielle, sans autorisation préalable est interdite.
© TransmissionByCharlotte – Tous droits réservés.

1 Introduction



Bonjour, moi c'est **Charlotte**.

Je suis **kinésithérapeute** en Belgique, spécialisée en rééducation périnéale et en drainage lymphatique.

Diplômée depuis 2012, j'ai ouvert mon propre cabinet en 2019.

Au fil des années, **j'ai développé ma présence sur les réseaux sociaux**… et ça a clairement changé les choses pour moi.

J'ai pu **remplir mon agenda, faire connaître mon approche**, et surtout **créer un vrai lien de confiance** avec mes patientes, bien avant même leur première séance.

Évidemment, les réseaux ne font pas tout.

La qualité du soin, l'écoute et le bouche-à-oreille restent essentiels.

Mais aujourd'hui, **la VISIBILITE est un vrai levier.**

Ce que je remarque souvent, en revanche, c'est que beaucoup de professionnels de la santé ou du bien-être **passent énormément de temps** à créer du contenu… sans que celui-ci ne fonctionne vraiment.

Et je trouve ça sincèrement dommage.
Parce que derrière ces contenus, il y a souvent des personnes très **compétentes, passionnées par leur métier…** mais dont la communication ne reflète pas du tout la qualité du travail.

Pas parce qu'elles ne sont pas bonnes, mais simplement parce qu'elles ne connaissent pas les codes des réseaux, les bons formats ou la manière de structurer leur message.

© TransmissionByCharlotte

Et en même temps… c'est normal!

Communiquer en ligne, ce n'est pas notre métier à la base.

J'entends aussi très souvent **les mêmes difficultés :**
le manque de temps, l'impression que c'est compliqué, le fait de ne pas savoir quoi publier, de ne pas être régulière, ou encore de ne pas voir de retombées concrètes en termes de patientes.

Ce sont des questionnements par lesquels je suis moi-même passée.
Moi non plus, je n'ai pas appris ça à l'école. J'ai appris sur le terrain, **en testant, en me trompant, en recommençant.**

Et c'est justement pour ça que j'ai créé ce guide.

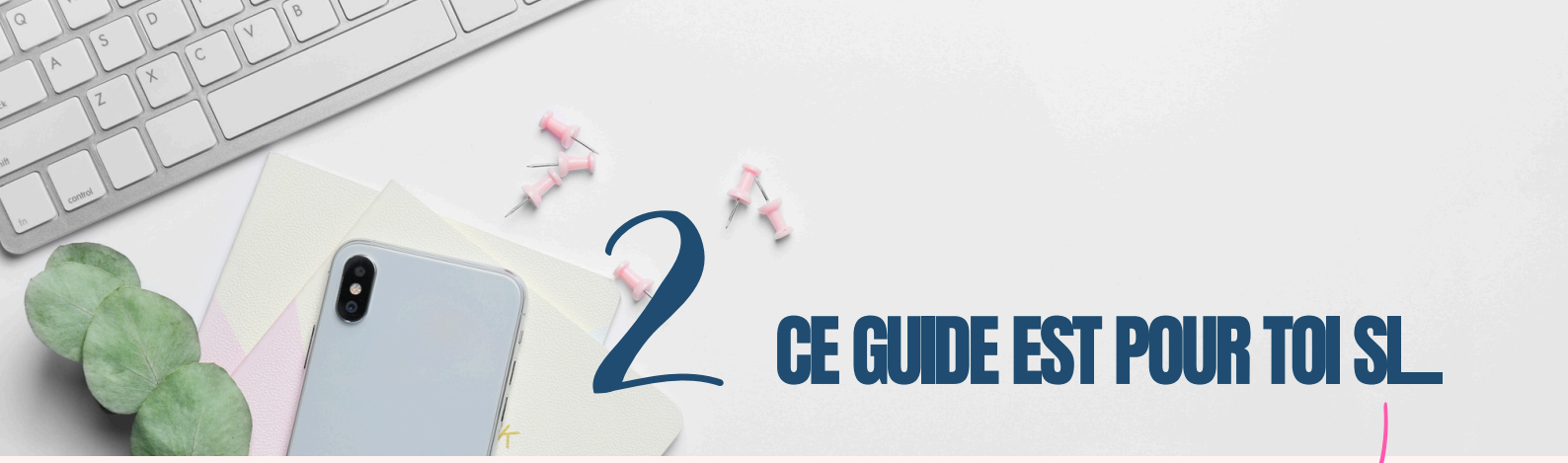
- ✓ ***Pour te faire gagner du temps.***
- ✓ ***Pour t'éviter certaines erreurs.***
- ✓ ***Et pour te transmettre ce que j'aurais aimé comprendre plus tôt.***

Je ne prétends pas que ma communication est parfaite, mais je sais qu'elle m'a aidée.

Et surtout, je sais qu'il est possible de **communiquer de manière simple, authentique et efficace,** sans y passer des heures et sans (trop) se prendre la tête.

Avec ce guide, mon objectif n'est pas de faire à ta place.
Mais de te rendre autonome.
De te donner les clés pour comprendre ce qui fonctionne, faire tes propres choix et construire une communication qui te ressemble vraiment.

© TransmissionByCharlotte



2 CE GUIDE EST POUR TOI SI...

- Tu es une **femme**, **professionnelle de la santé ou du bien-être,**
- Tu es **déjà présente** sur les réseaux ou tu as **envie** de l'être, mais **tu ne sais pas** comment t'y prendre.
- Tu postes au feeling, **sans vraie direction.**
- Tu manques de clarté sur **quoi publier et pourquoi.**
- Tu as l'impression d'y passer **beaucoup de temps pour peu de résultats.**
- Tu veux communiquer de façon **professionnelle et rassurante**, sans te travestir.
- Tu veux attirer **les bonnes personnes,** pas juste faire des chiffres.
- Tu as envie de **transmettre**, de **créer du lien**, et pourquoi pas construire une petite communauté.
- **La communication n'est pas ton métier,** mais tu sais qu'aujourd'hui, être visible est devenu **nécessaire pour développer ton activité.**
- Tu te casses trop la tête, tu manques d'inspiration, et tu aimerais que ce soit **plus simple, plus fluide, plus aligné avec qui tu es.**

CE GUIDE N'EST PAS POUR TOI SI...

- Tu veux devenir **influenceuse** ou suivre les tendances à tout prix.
- Tu cherches **une solution miracle** pour faire des vues sans réfléchir au fond.
- Tu veux que quelqu'un publie **à ta place.**
- Tu veux une **communication standardisée, lisse, qui ne te ressemble pas.**

© TransmissionByCharlotte



ICI, L'OBJECTIF EST CLAIR :
te donner des outils concrets,
une structure et des repères,
pour que tu puisses
communiquer par toi-même,
avec tes mots, tes valeurs,
ton énergie.

SANS TE FORCER,
SANS T'ÉPUISER,
SANS JOUER UN RÔLE.

© TransmissionByCharlotte

3 Comment utiliser ce guide?

Ce guide n'est pas là pour être lu d'un trait, puis oublié.

Il est pensé pour t'aider à passer à l'action tout de suite, sans pression, sans charge mentale en plus, et sans te sentir submergée.

L'idée est simple : un pas à la fois.

Tu lis un chapitre, tu intègres, et si un petit ajustement est à faire… tu le fais directement. Comme ça, tu avances réellement, et tu n'as pas à "tout refaire plus tard".

Tu trouveras donc, à la fin de certaines parties, un encadré:

« JE PASSE À L'ACTION

- *des mini actions (courtes, concrètes)*
- *qui prennent peu de temps*
- *et qui te permettent de mettre en place les choses au fur et à mesure.*

Si tu préfères tout avoir sous la main, tu retrouveras également l'ensemble des passages "Je passe à l'action" regroupés à la fin du guide.
Tu pourras ainsi **les imprimer facilement** et les utiliser comme un support pratique au quotidien.

Le guide est aussi fait pour être repris quand tu en ressens le besoin :
tu peux revenir à un chapitre précis, refaire un encadré, ou relire une partie quand tu sens que tu "repars dans tes anciens automatismes".

Enfin, tu trouveras à la fin du guide **un lexique** qui reprend les mots utilisés dans ce guide, ainsi que certains termes spécifiques aux réseaux sociaux.
N'hésite pas à t'y référer si un mot te semble flou ou si tu as besoin d'une clarification.

© TransmissionByCharlotte

4 Les bases

Aujourd'hui, **les réseaux sociaux sont devenus presque indispensables**, surtout lorsqu'on lance son activité.

Ils sont souvent le premier endroit où une personne te découvre.

Avant un rendez-vous, avant un message, avant un achat.

C'est là qu'on "vient voir qui tu es".

Les réseaux sont une vitrine, oui. Mais une **VITRINE VIVANTE.**

Un espace qui permet non seulement de montrer ce que tu proposes, mais aussi ***de créer un lien, de te rendre plus humaine, plus accessible, plus proche de ta communauté.***

À la différence d'une carte de visite ou d'un site internet, qui sont plus figés dans le temps et qui représentent souvent un vrai investissement, les réseaux sociaux sont beaucoup **plus accessibles.**

Ils évoluent, ils s'adaptent, ils se nourrissent du quotidien.

Cette accessibilité est une chance.
Mais elle a aussi une conséquence : TOUT LE MONDE Y EST!

1. Etre présente ne suffit pas

Poster sur les réseaux **ne garantit ni visibilité, ni compréhension, ni prise de rendez-vous.**

Parce qu'être présent·e, ce n'est pas forcément être clair·e.



© TransmissionByCharlotte

Quand on arrive sur un compte, en quelques secondes, une personne se demande :

- ***Est-ce que je comprends ce que cette personne propose ?***
- ***Est-ce que je me sens concernée ?***
- ***Est-ce que j'ai envie d'en savoir plus ?***

Si ces réponses ne sont pas évidentes, la personne passe à autre chose.
Sans mauvaise intention. Juste par manque de clarté.

Dans un espace où il y a beaucoup de contenu, se différencier ne veut pas dire en faire plus.
Cela veut surtout dire **éviter de s'éparpiller et assumer une direction claire.**

2. Poster, communiquer, convertir

Poster, communiquer et convertir sont **trois choses différentes.**

POSTER	COMMUNIQUER	CONVERTIR
		
Publier	Transmettre un message, avec une intention	Amener à une action: un message, un rendez-vous, une vente

Les réseaux sociaux ne sont pas là pour forcer une vente.
Ils sont là pour préparer le terrain.
Pour rassurer. Pour expliquer. Pour créer de la confiance.
La conversion vient ensuite, naturellement, quand la personne se sent comprise et en confiance.

© TransmissionByCharlotte

3. Se mettre à la place de la personne derrière son écran

Quand on communique, surtout dans les métiers de la santé et du bien-être, il est essentiel de **changer de point de vue.**

Ne pas se demander uniquement :

Qu'est-ce que j'ai envie de dire ?

Mais plutôt :

Qu'est-ce que la personne qui arrive sur mon compte cherche à comprendre ?

Un·e futur·e patient·e ou client·e cherche rarement une expertise brute.

Elle cherche à savoir :

- **si tu comprends sa problématique**
- **si elle peut te faire confiance**
- **si ce que tu proposes est fait pour elle**

Communiquer, c'est répondre à ces questions, même sans les formuler explicitement.

4. Quand on n'a pas appris à communiquer

En tant que **professionnel·le de santé ou du bien-être**, tu n'as pas appris le marketing, ni la communication digitale. Et c'est normal.

RESULTAT = **Les réseaux peuvent vite devenir chronophages, flous, voire épuisants**

L'objectif de ce guide n'est pas de t'ajouter une charge mentale de plus.
Mais de **t'aider à construire une communication simple, efficace et alignée,** qui va droit au but.

© TransmissionByCharlotte

Avec toujours cette idée en tête :

- **mettre en avant ce que tu proposes**
- **sans forcer**
- **sans pousser**
- **sans te travestir**

Si tu proposes un service, il est légitime de le rendre visible.
Expliquer n'est pas vendre de manière agressive.

C'est permettre à la bonne personne de te trouver.

JE PASSE À L'ACTION

Avant d'aller plus loin, prends quelques minutes pour **observer** ton compte Instagram comme si tu ne te connaissais pas.

Pose-toi simplement ces questions :

- ✔ *En arrivant sur mon profil, est-ce que je comprends rapidement ce que je propose ?*
- ✔ *Est-ce que mon message est clair ou dispersé ?*
- ✔ *Est-ce que je m'adresse vraiment à une personne précise ?*
- ✔ *Est-ce que ce que je montre correspond à ce que j'ai envie de développer ?*

Puis regarde attentivement **ta bio**. C'est souvent la première chose que l'on lit, et elle doit permettre de comprendre en quelques secondes si ton compte concerne la bonne personne.

Dans une bio claire, on doit retrouver :

- ✔ Qui tu es
- ✔ Ce que tu proposes
- ✔ À qui tu t'adresses
- ✔ Où tu exerces (important pour les services locaux)
- ✔ Un lien vers un éventuel site web
- ✔ Comment te contacter ou prendre rendez-vous
- ✔ Éventuellement une touche personnelle ou ta spécificité

Note ce qui te paraît évident… et ce qui l'est moins. Tu peux déjà adapter ta bio maintenant si elle manque de clarté.
L'objectif est qu'en arrivant sur ton profil, on sache immédiatement si l'on est au bon endroit… et comment passer à l'action.

© TransmissionByCharlotte

5 Construire une présence cohérente

Avant de parler stratégie, algorithme ou fréquence de publication…
il faut parler de **toi.**
Une présence cohérente, ce n'est pas un feed parfait. C'est un message clair.
Un cadre solide. Une énergie stable.
C'est ce qui permet à ton audience **de te reconnaître, de te comprendre et de te faire confiance.**

CE CHAPITRE EST TON SOCLE.

1. Clarifier ton intention sur les réseaux:

Pourquoi es-tu là ?
Pas "pour être visible".
Pas "parce que tout le monde le fait".

Mais profondément.

- *Est-ce pour informer ?*
- *Pour démocratiser un sujet de santé ?*
- *Pour rassurer les femmes ?*
- *Pour attirer des patientes alignées ?*
- *Pour développer un soin spécifique ?*
- *Pour créer une communauté engagée ?*

→ **Ton intention change tout.**

Elle guide le ton que tu utilises, tes choix de contenus, ta posture.
Sans intention claire, tu publies au hasard.
Avec une intention claire, **tu construis**.

Une intention stable apaise énormément la pression.

© TransmissionByCharlotte

2. A qui je parle?

Tu n'as pas besoin d'inventer un persona figé du style *Claire, 32 ans, 2 enfants, aime le yoga et le chai latte.*

Mais tu dois savoir :

- *Est-ce que je parle à des jeunes mamans ?*
- *À des femmes en péri-ménopause ?*
- *À des sportives ?*
- *À des professionnelles de santé ?*
- *À des femmes épuisées qui ne prennent plus soin d'elles ?*

Plus ton message est précis, plus il touche.

Et surtout, tu n'es pas obligée de parler à tout le monde.
Tu peux décider que ton espace est pour
ce type de femme-là.
Celles qui résonnent avec ton énergie, ta vision,
ta manière d'accompagner.

3. Ce que je veux transmettre:

C'est ici que **ta singularité** apparaît.

Pose-toi cette question :

Si quelqu'un lit mon contenu pendant 6 mois,
qu'est-ce qu'elle ressentira ?

- ✓ Plus de confiance ?
- ✓ Moins de culpabilité ?
- ✓ Plus de compréhension de son corps ?
- ✓ Plus d'autonomie ?
- ✓ Plus de douceur ?

Tu ne transmets pas seulement des informations. Tu transmets **une manière de voir la santé et le bien-être.**

© TransmissionByCharlotte

Peut-être que pour toi :

- *le corps est intelligent*
- *le temps est un allié*
- *la prévention est essentielle*
- *la perfection n'est pas nécessaire*
- *l'instinct féminin est puissant*
- *etc.*

Ça, c'est ton fil rouge.

4. Ce que je ne veux pas (ou plus) faire:

C'est une partie essentielle… et souvent oubliée.
Pour être cohérente, tu dois aussi **poser tes limites.**

Peut-être que tu ne veux plus :

- ***Publier juste pour "ne pas disparaître"***
- ***Te comparer aux comptes qui font 100k abonnés***
- ***Sur-promettre des résultats***
- ***Faire des contenus qui ne te ressemblent pas***
- ***Montrer ta vie privée si ça te met mal à l'aise***
- ***Suivre des tendances qui ne correspondent pas à ton métier***

Ce que tu retires crée autant de **cohérence** que ce que tu ajoutes. Tu te dois d'être **juste avec toi-même!**

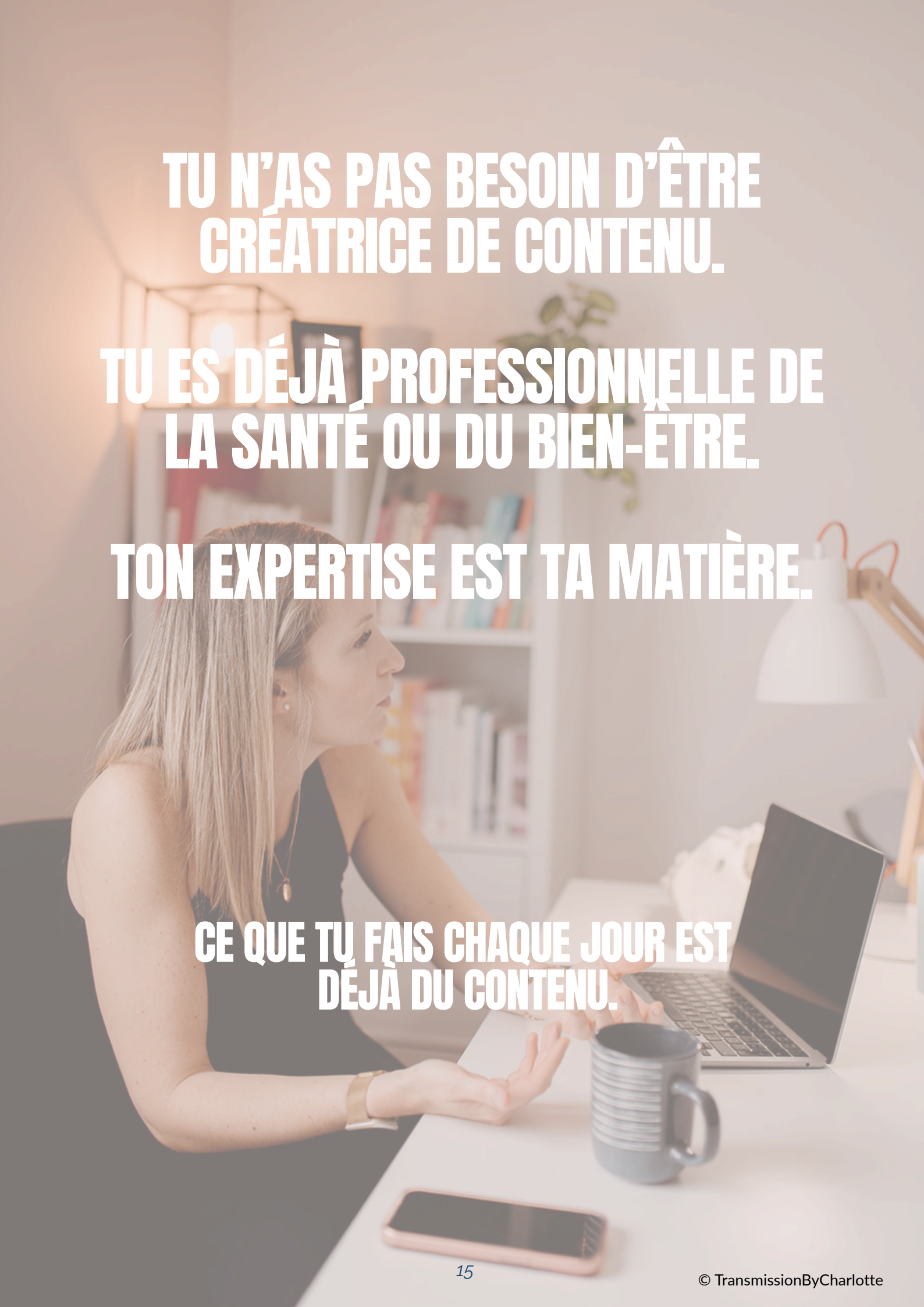
JE PASSE À L'ACTION

POSER TON CADRE PERSONNEL:

Prends un carnet. Pas ton téléphone.
Réponds à ces 4 questions :

- ✓ *Mon intention sur les réseaux est :*
- ✓ *Je m'adresse principalement à :*
- ✓ *Je veux transmettre :*
- ✓ *Je ne veux plus :*

Relis.
Est-ce que ça te ressemble ? Est-ce que ça te soulage ? Est-ce que tout est ok pour toi?
Si oui, **BRAVO,** tu viens de poser ton cadre.
Et une présence cohérente commence toujours par là.



© TransmissionByCharlotte

6 LES CONTENUS: QUOI PUBLIER?

Avant de parler stratégie, **parlons vrai.**
Si tu es ici, il y a de fortes chances que tu te sois déjà dit :



Je ne sais pas quoi dire.
Je n'ai pas le temps pour ça.
Je ne sais pas comment faire.
Franchement… est-ce que ça vaut vraiment la peine ?

Ces phrases ne veulent pas dire que tu n'es pas capable.
Elles veulent dire que tu n'as pas encore de cadre clair.
Et quand le cadre est flou, tout paraît compliqué.

Tu imagines surement **des contenus longs, des vidéos parfaites, du montage compliqué, une stratégie marketing lourde?**

Alors que ce n'est pas ce qu'on te demande.
Tu n'as pas besoin d'être experte en communication ni créatrice de contenu.
Tu es déjà **professionnelle de la santé ou du bien-être.**
Ton expertise est ta matière.

Ce chapitre va simplement te montrer comment l'utiliser...sans y passer deux heures.

1. Les 4 piliers, simples et efficaces

Pour éviter de tourner en rond à chaque publication, tu as besoin d'une **structure.**
Ces quatre piliers ne sont pas une stratégie compliquée. Ce sont des repères.
Ils t'aident à savoir **quoi partager, sans chercher l'originalité à tout prix et sans repartir de zéro à chaque fois.**
Ils fonctionnent pour toutes les professionnelles de la santé et du bien-être, parce qu'ils reposent simplement sur **ton expertise.**

© TransmissionByCharlotte

1. INFORMER

Expliquer, vulgariser, éclairer.

- *Une erreur fréquente*
- *Un symptôme mal compris*
- *Une croyance à déconstruire*
- *Un conseil simple*

→ **Tu fais déjà ça en consultation.**

2. EDUQUER

Aller un peu plus loin que l'info rapide.

- *Pourquoi ça fonctionne*
- *Comment le corps réagit*
- *Ce qu'on ne dit pas assez*
- *Ce qui demande du temps*

→ **C'est là que ton expertise se révèle.**

3. MONTRER TON APPROCHE

Pourquoi tu travailles comme tu travailles.

- *Ta vision de la prévention*
- *L'importance que tu accordes au rythme du corps*
- *Pourquoi tu refuses certaines promesses*
- *Ce que tu considères comme essentiel*

→ **C'est ce qui attire des patientes alignées.**

4. HUMANISER

Sans surexposition.

- *Une réflexion issue de ton cabinet*
- *Une phrase que tu répètes souvent*
- *Une évolution dans ta pratique*
- *Un doute que tu as dépassé*

→ **L'humanité ne demande pas d'exposer ta vie privée. Elle demande de la sincérité.**

© TransmissionByCharlotte

2. Les différents formats: simples et efficaces

Tu n'as pas besoin d'être à l'aise avec tout. Tu as besoin de **trouver ta manière à toi de transmettre.**

Concrètement, la majorité des professionnelles de santé et du bien-être fonctionnent très bien avec trois formats simples :

1. LA VIDÉO FACE CAM:

Tu expliques **un point précis, un conseil, une erreur fréquente.**
Tu regardes la caméra et tu parles comme si tu étais en consultation.
Pas de montage compliqué. Pas d'effets. **Juste toi et ton expertise.**
Si tu es à l'aise à l'oral, c'est souvent le format le plus direct et le plus efficace.

2. UNE VIDÉO "SUPPORT" AVEC DU TEXTE

Tu filmes **quelque chose de simple :**

- un geste professionnel
- un exercice
- une posture
- un moment dans ton cabinet
- un détail de ton quotidien

Et tu ajoutes du **texte** dessus pour expliquer. Tu n'es pas obligée de parler. Le visuel soutient ton message.
C'est fluide, pédagogique et ça ne demande pas une préparation énorme.

3. LE CARROUSEL CLAIR ET STRUCTURÉ

6 à 8 slides suffisent largement.

- Une idée par slide
- Des phrases courtes
- Un message central

Pas besoin d'un design complexe. **La lisibilité** est plus importante que l'esthétique sophistiquée.

4. LES STORIES

Les stories sont des **contenus courts et éphémères,** visibles pendant 24 heures.
Elles permettent de partager de manière spontanée et instantanée.

© TransmissionByCharlotte

Tu peux les utiliser pour :

- Montrer un moment de ton quotidien
- Partager une information rapide
- Annoncer une disponibilité
- Rappeler un contenu publié
- Montrer les coulisses de ton activité

Les stories permettent aussi de créer de l'immersion et de renforcer le lien avec ta communauté.
Tu peux y ajouter facilement : *des liens, des sondages, des questions, des curseurs d'émotion.*
Ces outils **favorisent l'interaction** et encouragent les personnes à réagir. C'est un excellent moyen de rester présente, sans devoir créer un contenu structuré.

L'essentiel n'est pas le format, mais que tu te sentes capable de le refaire sans épuisement.
Si un format te prend deux heures et te vide… ce n'est pas le bon pour toi.
Choisis 1 ou 2 formats maximum. Maîtrise-les. Répète-les.
La cohérence est plus puissante que la diversité.

3. Conseils pratiques pour optimiser tes formats

1. RESPECTE LES FORMATS

Chaque format a ses dimensions propres. Une couverture de Reel n'a pas le même format qu'un carrousel.

Sur **Canva,** c'est très simple : il suffit de choisir un modèle adapté (publication Instagram, Reel, Story…). Tu es directement dans le bon format.

*Pour les **couvertures de Reels**: tu peux utiliser le format Story ou Reel sur Canva. Si tu veux une image fixe, il suffit de créer une vidéo courte et d'ajuster la durée pour n'avoir qu'une image.*

2. SOIGNE LA QUALITÉ DE TES VISUELS

La qualité des photos et des vidéos joue un rôle essentiel. **Une image nette, lumineuse et stable** attire davantage l'attention et donne une impression plus professionnelle.

© TransmissionByCharlotte

Pense aussi à vérifier que tes écritures restent bien dans la zone visible : évite de placer du texte trop près des bords pour que tout reste lisible lorsque l'on scrolle. Certaines parties peuvent être coupées selon l'affichage.

3. AJOUTE DES SOUS-TITRES SUR TES REELS FACECAM

Beaucoup de personnes regardent les contenus sans le son. Les sous-titres permettent donc de capter davantage l'attention.
Ils peuvent se générer automatiquement sur certaines applications de montage.

4. ÉVITE DE SURCHARGER TES VIDÉOS

Trop de texte, de musique et de sous-titres peuvent rendre la lecture difficile. **Garde l'essentiel** à l'écran et développe davantage dans la légende si nécessaire. Pense aussi à vérifier que ton texte reste bien dans **le cadre visible.**

5. ALLÈGE TES CARROUSELS

Des slides trop chargées découragent la lecture. Privilégie des phrases courtes, de l'espace et un message clair. L'objectif est de **donner envie** de faire défiler.

6. TRAVAILLE TON ACCROCHE (HOOK)

La première phrase est essentielle. Elle doit capter l'attention, susciter la curiosité ou une émotion. C'est **ce qui donne envie de rester sur ton contenu** plutôt que de continuer à scroller.

7. AJOUTE UN APPEL À L'ACTION (CTA)

Pense à inviter les personnes à **réagir** à la fin de ton visuel ou dans ta légende : poser une question, demander un avis, encourager à commenter ou à enregistrer le contenu.
Ces interactions (likes, commentaires, enregistrements, partages) envoient **un signal positif** à Instagram et **augmentent la visibilité** de ton contenu, y compris auprès de personnes qui ne te suivent pas encore.

Quand les personnes restent plus longtemps sur ton contenu et interagissent, cela renforce encore cet effet.

4. Est-ce que je dois me montrer ?

Non, tu n'es **pas obligée.**

Tu n'es pas obligée de faire des vidéos face caméra, ni de parler en story si ce n'est pas confortable pour toi. Sur les réseaux, on n'est jamais obligé de rien.

Mais dans les métiers de la santé et du bien-être, **la relation humaine** compte beaucoup. La personne qui regarde ton compte n'est pas en train de choisir un simple produit : elle choisit peut-être la personne chez qui elle va prendre rendez-vous.

C'est pour ça que je trouve important d'**HUMANISER** un minimum son profil.

Si tu es à l'aise pour te filmer ou parler face caméra, n'hésite pas. C'est souvent ce qui crée le plus facilement du lien.
Et si ce n'est pas ton truc, ce n'est pas grave. Mais je te conseille au moins de :

- ***mettre une photo claire de toi***
- ***épingler une petite publication de présentation***
- ***montrer ton cabinet ou le lieu où tu reçois***

Ce sont des petits détails, mais **ils rassurent** beaucoup.
Derrière ton compte, on doit pouvoir sentir qu'il y a une vraie personne.

JE PASSE À L'ACTION

CRÉER TA PREMIÈRE "BANQUE D'IDÉES":

Prends quelques minutes pour commencer **une liste d'idées de contenus.**
Peu importe le support : les notes de ton téléphone, un carnet, Notion,...
Note tout ce qui te vient :

- *les questions que tes patients te posent souvent*
- *les erreurs que tu vois régulièrement*
- *les explications que tu répètes dans ta journée*
- *les sujets que tu aimerais éclairer*

L'objectif n'est pas d'avoir des idées parfaites. C'est simplement de commencer une liste... et de continuer à **l'alimenter au fil du temps.**
Très vite, tu te retrouveras avec une vraie **réserve de sujets** dans laquelle piocher quand tu voudras publier.

7 LES PIÈGES À ÉVITER SUR LES RÉSEAUX

Les réseaux sociaux peuvent être de formidables outils de communication, mais ils peuvent aussi parfois devenir **source de doute ou de découragement.**
Voici quelques pièges fréquents à garder en tête pour **préserver une communication plus sereine.**

1. Vouloir faire comme tout le monde

Les tendances passent vite. Si tu cours derrière chacune d'elles, tu risques de t'éloigner de ce que tu veux vraiment transmettre.

Ton contenu doit rester ALIGNÉ avec ton métier, ton approche et ta personnalité.

2. Penser que les résultats doivent être immédiats

Les réseaux fonctionnent sur **la répétition et la confiance.**
Une personne peut voir ton contenu pendant des mois avant de prendre rendez-vous. Et parfois, des personnes qui ne likent jamais te suivent pourtant attentivement.

3. Se comparer aux autres

Sur les réseaux, il est facile de se comparer aux comptes qui semblent très visibles.
Mais chaque compte a :

- *son ancienneté*
- *son audience*
- *son rythme*
- *sa stratégie.*

Se comparer en permanence peut vite devenir décourageant.
Il est souvent plus utile de se concentrer sur **sa propre progression.**

© TransmissionByCharlotte

4. Chercher la perfection

Instagram ne récompense pas la perfection.
Ce qui fonctionne :

- *l'authenticité*
- *la régularité*
- *la clarté.*

Un contenu **simple mais utile** aura toujours plus d'impact qu'un contenu parfait mais vide.

5. Se laisser décourager par l'algorithme

Les réseaux sociaux fonctionnent avec des algorithmes, et leur logique peut parfois sembler difficile à comprendre.

Il peut arriver que tu passes beaucoup de temps à préparer une publication que tu trouves particulièrement pertinente… et qu'elle reçoive peu de réactions.
À l'inverse, un contenu créé rapidement peut parfois toucher beaucoup plus de personnes.
Cela peut être **frustrant** et donner l'impression que les résultats sont un peu aléatoires, ou qu'ils ne sont pas toujours proportionnels au temps investi.

Les statistiques peuvent être intéressantes pour observer certaines tendances, mais il est préférable de ne pas devenir obsédée par les chiffres.
Une publication qui semble moins performante peut malgré tout être lue, enregistrée ou marquer les esprits. Certaines personnes suivent ton contenu attentivement sans forcément interagir.

L'important est de continuer à partager un **contenu utile et cohérent** avec ce que tu veux transmettre.

Les réseaux ne sont pas une course aux likes.
C'est un outil pour transmettre ce qui compte pour toi!

© TransmissionByCharlotte

6. Avoir peur de se répéter

C'est normal de répéter ton message.
Les gens :

- *ne voient pas tout*
- *oublient*
- *découvrent ton compte à des moments différents.*

Répéter ton message permet justement qu'il **s'imprime dans les esprits.**

JE PASSE À L'ACTION

RÉFLECHIS À TON RAPPORT AUX RÉSEAUX SOCIAUX:

Parmi ces pièges, lequel te parle le plus aujourd'hui ?

- *vouloir aller trop vite*
- *te comparer aux autres*
- *chercher la perfection*
- *te laisser décourager par les statistiques*

Identifier ces réflexes est déjà une première étape.
Les réseaux ne demandent pas d'être parfait, mais simplement d'être **présent, cohérent et patient.**

© TransmissionByCharlotte



© TransmissionByCharlotte

8 Communiquer en tant que professionnel·le de santé ou de bien-être

CE QUE DIT LA LOI (BELGIQUE & FRANCE)

La communication en ligne fait aujourd'hui pleinement partie de la vie professionnelle. Les réseaux sociaux permettent d'informer, de sensibiliser, d'éduquer… mais ils sont aussi encadrés par des règles strictes lorsqu'on exerce une activité liée à la santé ou au bien-être.
Ce chapitre te donne une vue d'ensemble simple et concrète de ce qui est permis ou non, en Belgique et en France.

1. Les grands principes à respecter

Même si les textes de loi et les autorités de référence diffèrent selon le pays, la logique de fond est la même en Belgique et en France.
Dans la pratique, les règles de communication reposent sur **des principes communs,** applicables quel que soit le pays d'exercice.

1. INFORMER, PAS CONVAINCRE

La communication doit avant tout être **pédagogique et informative.**
On transmet des connaissances, des conseils, de la prévention… mais on évite la communication agressive ou purement commerciale.

2. PAS DE PROMESSES DE RÉSULTATS

Aucune garantie de résultat ne peut être formulée, de manière directe ou indirecte.
Les expressions du type *"garanti", "miraculeux", "en une séance"* sont à proscrire.

3. PRUDENCE SUR LES ALLÉGATIONS THÉRAPEUTIQUES

Les termes liés au diagnostic, au traitement ou à la guérison sont réservés aux **professionnels de santé,** dans un cadre précis.
Les pratiques de bien-être doivent rester clairement **non thérapeutiques.**

4. AVANT/APRÈS : DÉCONSEILLÉS OU INTERDITS

Les images comparatives sont souvent considérées comme **trompeuses ou incitatives.**
Dans le doute, il est préférable de s'en abstenir, aussi bien en Belgique qu'en France.

© TransmissionByCharlotte

5. TÉMOIGNAGES : À MANIER AVEC DÉLICATESSE

Les avis patients, même anonymisés, peuvent être interprétés comme une stratégie promotionnelle.
Dans les deux pays, c'est une zone sensible. Mieux vaut rester prudent.

6. TRANSPARENCE : UN IMPÉRATIF

Chaque professionnel doit indiquer **clairement :**

- son titre exact et protégé (s'il l'est),
- son cadre de pratique,
- ses limites,
- ce qu'il peut faire… et ce qu'il ne fait pas.

7. RESPECT DE LA DIGNITÉ HUMAINE

Toute communication doit respecter **la pudeur, la dignité et l'intégrité des personnes.**
Les contenus sensationnalistes, humiliants ou manipulateurs sont à proscrire.

2. En pratique : une question de bon sens

Au-delà des textes légaux, la communication repose avant tout sur **le discernement.**

Les règles sont globalement similaires en Belgique et en France, et peuvent se résumer à une posture simple : ***agir avec bon sens et responsabilité.***

Agir "en bon père de famille", c'est :

- adopter une communication mesurée,
- rester honnête et prudent dans ses propos,
- protéger le public,
- ne pas chercher à promettre ou à embellir la réalité.

> ***Si un contenu te met mal à l'aise, s'il te semble exagéré ou ambigu,***
> ***c'est souvent un bon indicateur qu'il vaut mieux le retravailler ou ne pas le publier.***

Chaque professionnel reste **responsable** de ce qu'il partage et de la manière dont il choisit de communiquer.

© TransmissionByCharlotte

3. Pour aller plus loin

Les principes présentés dans ce chapitre s'appliquent pleinement si tu exerces **en Belgique ou en France.**
Si tu exerces dans un autre pays, il est très probable que la législation encadrant la communication des professionnels de la santé et du bien-être repose sur des bases similaires : ***protection du public, interdiction des promesses de résultats, prudence sur les allégations thérapeutiques et respect de l'éthique professionnelle.***
Cependant, chaque pays dispose de ses propres textes de loi, autorités de référence et spécificités.
Il est donc vivement recommandé de **vérifier les règles en vigueur dans ton pays d'exercice.**

RESSOURCES UTILES POUR APPROFONDIR:
Si tu souhaites consulter les textes officiels ou aller plus loin dans ta réflexion, voici quelques sources fiables à explorer.

BELGIQUE

- Ordre des Médecins – Code de Déontologie
- Axxon – Code de Déontologie des Kinésithérapeutes
- SPF Santé Publique – Informations en matière de communication santé
- Code économique belge
- Arrêté Royal du 25 janvier 2018 relatif à l'information en matière de santé

FRANCE

- Code de la Santé Publique
- Conseil National de l'Ordre des Masseurs-Kinésithérapeutes – Déontologie et communication
- Conseil National de l'Ordre des Médecins – Recommandations sur la communication
- Haute Autorité de Santé (HAS) – Bonnes pratiques d'information en santé
- Réforme 2020 encadrant la communication professionnelle

Les grands principes sont souvent universels, mais leur application peut varier.
Prendre le temps de se renseigner permet de communiquer avec plus de justesse, de sécurité et de sérénité.

© TransmissionByCharlotte

9 Mes outils du quotidien

POUR UNE COMMUNICATION SIMPLE ET ALIGNÉE

1. Les réseaux sociaux : la base de ma visibilité

INSTAGRAM:

C'est aujourd'hui **mon outil principal.**
J'y partage du contenu éducatif, humain et authentique, en lien avec mon métier et mes valeurs.



*Mon compte Instagram est **relié** à mon compte professionnel Facebook :*

- *quand je publie sur Instagram, le contenu est automatiquement diffusé sur Facebook*
- *cela me permet de gagner du temps tout en restant visible sur les deux plateformes*

INSTAGRAM OU FACEBOOK : POUR QUI ?

- **Facebook :** audience globalement plus âgée (environ 35–60 ans), souvent plus fidèle
- **Instagram :** audience plus jeune (environ 25–45 ans), plus dynamique, très consommatrice de Reels

→ Le choix du réseau dépend donc avant tout de **ta cible.**

2. Canva : mon pilier créatif

C'est clairement l'outil que **j'utilise le plus.**

Je m'en sers pour :

- *créer mes carrousels*
- *concevoir des couvertures de Reels*
- *parfois même monter certains Reels simples*

J'utilise la version payante, mais la version gratuite permet déjà de faire énormément de choses.



*Ce qui me fait **gagner un temps précieux** : j'ai enregistré mes couleurs, mes polices, mon univers visuel.*

Résultat : une communication plus cohérente, plus fluide, et moins de charge mentale.

© TransmissionByCharlotte

3. Montage vidéo : simple et efficace

Pour les Reels, deux options selon mon énergie et le contenu :

- **Edits** (l'application de montage liée à Instagram)
- ou directement le montage dans **Instagram**



*Je privilégie toujours **la simplicité** : inutile d'avoir des montages complexes pour être impactante.*

4. Notion : mon cerveau externe

J'utilise Notion comme un espace de dépôt d'idées, mon "vide-cerveau".

Concrètement :

- dès qu'une idée de post me vient → je la note
- je crée des to-do lists
- quand je manque d'inspiration, je viens piocher dedans



Ça m'évite le syndrome de la page blanche et me permet de rester régulière sans pression.

5. L'intelligence artificielle: mon assistant au quotidien

L'intelligence artificielle fait aujourd'hui partie de mes outils principaux dans la création de contenu. Personnellement, j'utilise **ChatGPT,** mais il en existe d'autres.

Je le vois comme un assistant qui m'aide **à gagner du temps, à structurer mes idées et à rendre mes contenus plus clairs**. Le fond reste toujours le mien : mes valeurs, mon expérience, ce que je dis à mes patientes. L'IA m'aide surtout pour la forme.

Concrètement, je l'utilise **en lui parlant** simplement. Je lui explique les sujets que je veux aborder, ce que j'observe dans mon quotidien, le message que je veux faire passer. Je rappelle aussi ma cible et l'objectif de la publication. Ensuite, je relis, j'adapte, je corrige et je réoriente si nécessaire. **Je reste toujours maître du contenu.**

C'est aussi un outil très pratique **quand je bloque sur un aspect technique.** Par exemple, si je ne comprends pas comment faire quelque chose sur Canva, je préfère poser directement la question plutôt que perdre du temps à chercher seule.

© TransmissionByCharlotte



Garde toujours ton esprit critique. *Tu peux ne pas être d'accord avec tout ce qui est proposé par l'IA, et c'est tout à fait normal. Relis, ajuste et reformule avec tes propres mots.* ***L'essence doit rester la tienne.*** *Un contenu trop impersonnel finit par se remarquer, alors que ton authenticité fait toute la différence.*

6. Images & vidéos libres de droit : dépannage intelligent

PINTEREST:

Quand je n'ai pas :

- de photos exploitables
- ou de vidéos à moi

Je vais chercher des **images ou vidéos libres de droit** sur Pinterest ou Canva.



L'idée n'est pas de remplacer ton contenu personnel, mais de t'aider ponctuellement, surtout au début.

JE PASSE À L'ACTION

CRÉER (OU CLARIFIER) TON UNIVERS SUR CANVA

Si ce n'est pas encore fait, prends un moment pour **poser les bases de ton identité visuelle sur Canva :**

- ✔ *choisis 2 à 4 couleurs qui te ressemblent*
- ✔ *sélectionne 1 à 2 polices maximum (lisibles et cohérentes avec ton univers)*
- ✔ *enregistre-les dans ton espace Canva*

Objectif: ne plus réfléchir à chaque publication et gagner en fluidité, cohérence et sérénité.
Tu n'as pas besoin que ce soit parfait. Juste suffisamment clair pour avancer.

CRÉER TON ESPACE IDÉES SUR NOTION

Si tu n'as pas encore de compte Notion, c'est le moment idéal.
Commence simple :

- ✔ *crée une liste "Idées de posts"*
- ✔ *une to-do list pour ta communication*
- ✔ *note toutes tes idées, même floues, même incomplètes*

Objectif : sortir les idées de ta tête pour **libérer de l'espace mental.**
Tu affineras plus tard. L'important, c'est d'avoir un endroit où déposer.

© TransmissionByCharlotte

10 Passer à l'action sans se perdre

Concrètement, maintenant, on fait quoi?

Si tu es arrivé jusqu'ici, **tu as déjà posé les bases** : tu as clarifié ton intention, réfléchi à ce que tu veux transmettre, défini ton univers et structuré ton profil.

Une fois que ton profil est clair, que ta bio est structurée et que ton univers visuel est posé, la prochaine étape consiste simplement à commencer à publier.

Cela peut parfois sembler intimidant au début. On peut se demander par quoi commencer, quoi publier ou comment garder une présence régulière sans que cela devienne envahissant.

L'objectif n'est pas de tout faire parfaitement, mais de mettre en place une **communication simple, cohérente et durable.**

Voici **quelques repères concrets** pour t'aider à passer à l'action et construire progressivement **une présence sur les réseaux qui te ressemble**… et qui peut réellement soutenir le **développement de ton activité.**

1. Définir ton rythme

Tu n'as pas besoin de publier tous les jours.

Choisis un rythme réaliste et tenable pour toi.

Par exemple :

- 1 publication par semaine
- 2 publications par mois

→ **La régularité compte plus que la fréquence.**

© TransmissionByCharlotte

2. Bloquer un moment dédié

La communication demande **du temps.** Bloquer une plage horaire dans ton agenda peut t'aider à ne pas la laisser passer au second plan.

Par exemple :

- *1 heure par semaine*
- *2 heures toutes les deux semaines*

3. Noter tes idées de contenu

Les idées arrivent souvent au moment où on ne s'y attend pas.

Garde toujours un endroit où les noter :

- *ton téléphone*
- *un carnet*
- *une note dans Notion.*

→ **Ainsi, tu ne te retrouves jamais face à une page blanche.**

4. Anticiper ses contenus

Il peut être utile de réfléchir aux **thèmes du mois.**

Certaines périodes de l'année offrent naturellement des occasions de communication :

- *la fête des mères*
- *la journée internationale des droits des femmes*
- *la rentrée*
- *le début d'année*
- *des événements liés à ton domaine d'activité.*

→ **Anticiper ces moments permet de préparer des contenus plus facilement et de garder une communication cohérente au fil des semaines.**

© TransmissionByCharlotte

5. Créer du contenu à l'avance

Lorsque tu es **inspirée** ou que tu as du **temps**, profite-en pour créer plusieurs contenus.

Tu peux ensuite :

- *les enregistrer*
- *les publier plus tard.*

Cela permet de garder une présence régulière même pendant les périodes plus chargées ou lors tes vacances.

6. Recycler ton contenu

Un contenu utile peut être repartagé plusieurs mois ou années plus tard.
La plupart des personnes ne verront pas une publication ancienne.

Recycler un contenu permet :

- ***de gagner du temps***
- ***de continuer à transmettre des informations importantes.***

7. S'inspirer des autres

Observer ce que font d'autres professionnels peut être une source d'inspiration.
L'idée n'est pas de copier, mais de t'approprier certaines idées et de **les adapter** à ton univers.

© TransmissionByCharlotte

8. Se rappeler que cela prend du temps

Construire une présence sur les réseaux demande de la **patience.**

Même si les retours ne sont pas immédiats, ton contenu :

- *est vu*
- *est enregistré*
- *est mémorisé.*

Et parfois, une personne **se souviendra de toi** au moment précis où elle aura besoin de ton aide.

9. Garder une communication simple et utile

Un contenu efficace n'est pas forcément un contenu parfait.

Les publications qui fonctionnent bien sont souvent **celles qui apportent quelque chose** aux personnes qui les regardent :

- *apprendre quelque chose*
- *répondre à une question fréquente*
- *éclairer une problématique.*

Les plateformes comme Instagram observent notamment :

- *le temps que les personnes passent sur une publication*
- *le nombre de partages.*

Ces signaux indiquent qu'un contenu est intéressant et peuvent permettre de **le montrer à davantage de personnes.**

L'essentiel reste donc de créer des contenus clairs, utiles et cohérents avec ton message.

© TransmissionByCharlotte

11 Conclusion

Si tu es arrivée jusqu'ici, c'est que tu es déjà en train de **faire un pas vers une communication plus consciente et plus alignée.**

Ce guide, je l'ai pensé comme un véritable **accompagnement.**
Pas pour te transformer, ni pour te faire entrer dans un moule mais pour te donner des repères, des outils, et surtout te permettre de **prendre confiance** dans ta façon de communiquer.

Cela fait plusieurs années que j'explore, teste et expérimente les réseaux sociaux au quotidien.
Et à travers ce guide, mon intention était aussi de te transmettre tout ça :
te faire gagner du temps, te simplifier les choses, et t'éviter de devoir passer par toutes ces étapes seule.

Les réseaux sociaux peuvent parfois sembler complexes, chronophages, voire décourageants. Et il ne faut pas se mentir : **oui, cela demande du temps.** Mais l'enjeu n'est pas d'en faire toujours plus.
C'est d'apprendre à utiliser ce temps de manière **juste**, pour qu'il en vaille réellement la peine. Car bien utilisés, ces outils peuvent devenir **de véritables alliés.**

Ils permettent de faire rayonner ton expertise, de créer du lien, et d'attirer à toi les personnes qui ont réellement besoin de toi.

Ma communication fait aujourd'hui partie intégrante de mon activité : elle m'aide à me faire connaître, à remplir mon agenda, mais aussi à transmettre ce qui me tient à cœur.
Et avec le temps, cela peut même devenir quelque chose de léger… et de plaisant.

Les réseaux sociaux **évoluent sans cesse.** Rien n'est figé. Ce que je t'ai partagé ici correspond à ce que j'utilise aujourd'hui, à ce qui me parle, et à ce qui est adapté à ma cible. Avec le temps, tu ajusteras aussi ta façon de faire. Tu garderas certains outils, tu en laisseras d'autres, tu en découvriras de nouveaux.

Mais au-delà de tout ça, **le plus important reste TOI.** Ta manière de faire, ton énergie, ton rythme. Ce qui compte, c'est d'**être alignée avec qui tu es.**

Alors prends ce qui résonne, teste, ajuste… et surtout, fais-toi confiance!
Parce que tu as déjà tout ce qu'il faut pour communiquer avec justesse.

12 Lexique

COMPRENDRE LES MOTS UTILISÉS DANS LE MONDE DES RÉSEAUX SOCIAUX

ALGORITHME:
Système utilisé par Instagram pour décider quels contenus montrer, à qui et dans quel ordre.
Il se base notamment sur l'intérêt suscité par un contenu (temps de visionnage, interactions, partages…).

AUDIENCE:
Ensemble des personnes qui te suivent ou qui voient ton contenu.
Ce sont elles que tu cherches avant tout à informer, aider ou inspirer.

CALL TO ACTION (CTA):
Phrase qui invite à une action précise : commenter, enregistrer, partager, s'abonner, cliquer sur un lien…

CARROUSEL:
Publication composée de plusieurs slides que l'on fait défiler.
Très utile pour expliquer, détailler un sujet ou transmettre une information étape par étape.

ENGAGEMENT:
Ensemble des interactions sur un contenu : likes, commentaires, partages, enregistrements.
C'est un indicateur de l'intérêt réel suscité par une publication.

FEED:
Ensemble des publications visibles sur ton profil Instagram.
Il représente la vitrine globale de ton compte.

HASHTAGS:
Mots-clés précédés d'un #, longtemps utilisés pour améliorer la visibilité d'un contenu.
À l'heure actuelle, ils ont un impact très limité, voire négligeable.
Instagram se base davantage sur le contenu lui-même, le texte, le comportement des utilisateurs et la rétention.

HOOK:
Phrase, image ou première seconde de vidéo destinée à capter l'attention immédiatement.
Essentiel pour donner envie de rester et de consommer le contenu.

© TransmissionByCharlotte

INSIGHTS:
Statistiques fournies par Instagram (portée, vues, interactions…).
Elles permettent d'analyser ce qui fonctionne et d'ajuster sa stratégie.

PORTÉE (REACH):
Nombre de comptes uniques qui ont vu un contenu.
Une même personne ne compte qu'une seule fois, même si elle voit plusieurs fois la publication.

REEL:
Vidéo courte et verticale mise en avant par Instagram.
Format très efficace pour toucher une nouvelle audience.

STORY:
Contenu éphémère visible pendant 24 heures.
Souvent utilisé pour partager le quotidien, créer du lien et humaniser un compte.

STORYTELLING:
Art de raconter une histoire (personnelle ou professionnelle) pour créer de l'émotion, de l'identification et de la connexion avec son audience.

TAUX D'ENGAGEMENT:
Rapport entre le nombre d'interactions et le nombre de vues ou d'abonnés.
Il permet d'évaluer la qualité du lien avec son audience, plus que la taille du compte.

VALEUR:
Contenu qui apporte quelque chose de concret : information, prise de conscience, aide, réassurance ou solution.

© TransmissionByCharlotte

JE PASSE À L'ACTION

Avant d'aller plus loin, prends quelques minutes pour **observer** ton compte Instagram comme si tu ne te connaissais pas.

Pose-toi simplement ces questions :

- ✔ *En arrivant sur mon profil, est-ce que je comprends rapidement ce que je propose ?*
- ✔ *Est-ce que mon message est clair ou dispersé ?*
- ✔ *Est-ce que je m'adresse vraiment à une personne précise ?*
- ✔ *Est-ce que ce que je montre correspond à ce que j'ai envie de développer ?*

Puis regarde attentivement **ta bio**. C'est souvent la première chose que l'on lit, et elle doit permettre de comprendre en quelques secondes si ton compte concerne la bonne personne.

Dans une bio claire, on doit retrouver :

- ✔ Qui tu es
- ✔ Ce que tu proposes
- ✔ À qui tu t'adresses
- ✔ Où tu exerces (important pour les services locaux)
- ✔ Un lien vers un éventuel site web
- ✔ Comment te contacter ou prendre rendez-vous
- ✔ Éventuellement une touche personnelle ou ta spécificité

Note ce qui te paraît évident… et ce qui l'est moins. Tu peux déjà adapter ta bio maintenant si elle manque de clarté.
L'objectif est qu'en arrivant sur ton profil, on sache immédiatement si l'on est au bon endroit… et comment passer à l'action.

© TransmissionByCharlotte

JE PASSE À L'ACTION

POSER TON CADRE PERSONNEL:

Prends un carnet. Pas ton téléphone.

Réponds à ces 4 questions :

- ✓ *Mon intention sur les réseaux est :*
- ✓ *Je m'adresse principalement à :*
- ✓ *Je veux transmettre :*
- ✓ *Je ne veux plus :*

Relis.

Est-ce que ça te ressemble ? Est-ce que ça te soulage ? Est-ce que tout est ok pour toi?

Si oui, **BRAVO,** tu viens de poser ton cadre.

Et une présence cohérente commence toujours par là.

© TransmissionByCharlotte

JE PASSE À L'ACTION

CRÉER TA PREMIÈRE "BANQUE D'IDÉES":

Prends quelques minutes pour commencer **une liste d'idées de contenus.**
Peu importe le support : les notes de ton téléphone, un carnet, Notion,...
Note tout ce qui te vient :

- *les questions que tes patients te posent souvent*
- *les erreurs que tu vois régulièrement*
- *les explications que tu répètes dans ta journée*
- *les sujets que tu aimerais éclairer*

L'objectif n'est pas d'avoir des idées parfaites. C'est simplement de commencer une liste... et de continuer à **l'alimenter au fil du temps.**
Très vite, tu te retrouveras avec une vraie **réserve de sujets** dans laquelle piocher quand tu voudras publier.

© TransmissionByCharlotte

JE PASSE À L'ACTION

RÉFLECHIS À TON RAPPORT AUX RÉSEAUX SOCIAUX:

Parmi ces pièges, lequel te parle le plus aujourd'hui ?

- *vouloir aller trop vite*
- *te comparer aux autres*
- *chercher la perfection*
- *te laisser décourager par les statistiques*

Identifier ces réflexes est déjà une première étape.
Les réseaux ne demandent pas d'être parfait, mais simplement d'être **présent, cohérent et patient.**

© TransmissionByCharlotte

JE PASSE À L'ACTION

CRÉER (OU CLARIFIER) TON UNIVERS SUR CANVA

Si ce n'est pas encore fait, prends un moment pour **poser les bases de ton identité visuelle sur Canva :**

- ✔ *choisis 2 à 4 couleurs qui te ressemblent*
- ✔ *sélectionne 1 à 2 polices maximum (lisibles et cohérentes avec ton univers)*
- ✔ *enregistre-les dans ton espace Canva*

Objectif: ne plus réfléchir à chaque publication et gagner en fluidité, cohérence et sérénité.
Tu n'as pas besoin que ce soit parfait. Juste suffisamment clair pour avancer.

CRÉER TON ESPACE IDÉES SUR NOTION

Si tu n'as pas encore de compte Notion, c'est le moment idéal.
Commence simple :

- ✔ *crée une liste "Idées de posts"*
- ✔ *une to-do list pour ta communication*
- ✔ *note toutes tes idées, même floues, même incomplètes*

Objectif : sortir les idées de ta tête pour **libérer de l'espace mental.**
Tu affineras plus tard. L'important, c'est d'avoir un endroit où déposer.

© TransmissionByCharlotte