WELLNESS ACADÉMIE GUIDE OFFERT

LE GUIDE IA DES PROFESSIONNELLES DU BIEN-ÊTRE

L'IA, ta meilleure *assistante* ~~de~~ visibilité

Le guide pour créer ton contenu Instagram 3x plus vite, sans perdre ton âme, et remplir ton agenda.



40 PROMPTS

2 WORKFLOWS

1 ROUTINE

Par Marine Olivero

FONDATRICE DE LA WELLNESS ACADÉMIE

INTRODUCTION

Avant de commencer

Tuespraticienne, thérapeuteoucoachbien-être.Tuesexcellente dans ton métier. Tes clientes repartent apaisées, légères, transformées.

Mais le soir, quand tu ouvres Instagram pour poster, c'est la page blanche. Tu ne sais pas quoi dire. Tu passes une heure sur une légende que personne ne lit. Et ton agenda, lui, reste à moitié vide.

Je connais ce sentiment par cœur. Pendant plus de 3 ans, j'ai géré mon activité de soins tout en créant mon contenu seule. Aujourd'hui, j'accompagne les professionnelles du bien-être à devenir visibles et à remplir leur agenda. Et l'IA est devenue l'un de mes outils préférés pour y arriver.

Ce que tu vas obtenir avec ce guide :

- ✓ Comprendre comment utiliser l'IA sans que ton contenu sonne robotique
- ✓ Créer ta fiche identité pour que l'IA écrive comme toi
- ✓ Ma méthode CLAIRE pour obtenir des réponses vraiment utiles
- ✓ 40 prompts prêts à copier coller, spécial bien-être, et 2 workflows guidés pas à pas
- ✓ Une routine pour préparer 1 mois de contenu en 2 heures
- ✓ Les erreurs (et les pièges légaux) à éviter dans notre secteur

> UN CONSEIL
>
> *Lis ce guide avec ChatGPT ou Claude ouvert à côté. Teste chaque prompt au fur et à mesure. C'est en pratiquant que tu vas sentir la différence.*

SOMMAIRE

01	L'IA est ton assistante, pas ta remplaçante
02	Ta fiche identité, le secret d'un contenu qui te ressemble
03	La méthode CLAIRE pour des prompts qui fonctionnent
04	40 prompts prêts à l'emploi
05	2 workflows guidés pas à pas
06	Ta routine pour préparer 1 mois de contenu en 2 heures
07	Les erreurs à éviter (et les pièges de notre secteur)

CHAPITRE 1

L'IA est ton assistante, pas ta remplaçante

I

L'IA ne va pas créer ton business à ta place. Elle va te faire gagner le temps que tu perds aujourd'hui devant ta page blanche.

Imagine une assistante disponible 24h sur 24, qui ne se fatigue jamais, qui a lu des milliers de posts et qui peut te proposer 20 idées en 10 secondes. C'est ça, l'IA. Mais une assistante a besoin d'un brief clair. Sans brief, elle invente. Et c'est là que naissent les contenus fades que tout le monde reconnaît.

Ce que l'IA fait très bien

- Trouver des idées de contenus quand tu es en panne d'inspiration
- Écrire un premier jet de légende, de script ou de carrousel
- Proposer 10 accroches différentes pour un même sujet
- Reformuler un texte trop long, trop technique ou trop plat
- T'aider à répondre aux objections de tes futures clientes
- Organiser ton planning éditorial sur un mois

Ce que l'IA ne peut pas faire à ta place

- Raconter ton histoire, tes ressentis, ce que tu vis en séance
- Connaître tes clientes comme toi tu les connais
- Te filmer, montrer ton visage, créer le lien
- Savoir ce qui est juste et légal dans ton métier

CHAPITRE 2

Ta fiche identité, le secret d'un contenu qui te ressemble

2

Si ton contenu IA sonne faux, ce n'est pas la faute de l'IA. C'est qu'elle ne te connaît pas.

La plupart des praticiennes tapent « écris-moi un post sur le massage » et obtiennent un texte générique, plein de « bien-être absolu » et de « parenthèse enchantée ». Le problème n'est pas l'outil. C'est le manque d'informations.

La solution : remplir une fois ta fiche identité, puis la coller au début de chaque conversation avec l'IA. Tu peux aussi l'enregistrer dans les instructions personnalisées de ton outil pour ne plus jamais la retaper.

Ta fiche identité à remplir

Copie ce modèle et remplis chaque ligne avec précision. Plus tu es précise, plus le résultat sera juste.

Ma fiche identité

QUI JE SUIS

Je m'appelle [prénom]. Je suis [métier] à [ville] depuis [durée].
Mes soins / accompagnements : [liste].

MA CLIENTE IDÉALE

Elle a [âge], elle est [situation : maman, active, sportive...].
Son problème principal : [ce qui la fait souffrir au quotidien].
Ce qu'elle a déjà essayé sans succès : [...].
Ce qu'elle rêve de ressentir : [...].
Ses peurs avant de réserver : [prix, temps, légitimité, douleur...].

MA PROMESSE

J'aide [qui] à [résultat concret] grâce à [ma méthode / mon soin].

CE QUI ME REND UNIQUE

[Ton parcours, ta manière de travailler, ta spécificité.]

MON TON

Je tutoie / je vouvoie. Mon style est [doux, énergique, drôle, cash...].
Mots que j'utilise souvent : [...].
Mots que je déteste : [...].

MON OBJECTIF SUR INSTAGRAM

Attirer des clientes locales à [ville et alentours] et remplir mon agenda.

MES CONTRAINTES

Temps disponible par semaine pour mon contenu : [...].
Mes outils : [téléphone, Canva, CapCut...].
Ce que je refuse de faire : [danser en Reel, montrer mes enfants...].

FORMAT DE RÉPONSE QUE JE PRÉFÈRE

Légendes : [150 mots max, une idée par paragraphe, un seul appel à l'action].
Accroches : [courtes, directes, jamais de question bateau].
Carrousels : [une idée par slide, phrases courtes].

Ne me propose jamais d'idée qui demande du temps ou des outils que je n'ai pas.

Exemple rempli

Voici à quoi peut ressembler une fiche bien faite :

Je m'appelle Julie. Je suis sophrologue à Antibes depuis 4 ans. Ma cliente idéale a entre 30 et 45 ans, elle est maman et travaille à temps plein. Elle dort mal, se sent toujours à bout et culpabilise de prendre du temps pour elle. Elle a déjà testé les applis de méditation mais abandonne au bout de 3 jours. Elle rêve de se sentir sereine le soir, présente avec ses enfants. J'aide les mamans débordées à retrouver un sommeil réparateur en 6 séances. Mon ton est doux mais direct, je tutoie. Je déteste les mots « lâcher prise » et « cocooning ».

Tu vois la différence ? Avec ces informations, l'IA ne peut plus écrire un texte générique. Elle parle directement à la bonne personne.

> ASTUCE D'EXPERTE
>
> *Si tu ne sais pas répondre à la partie « cliente idéale », c'est un signal. Ton contenu manquera de précision tant que cette base n'est pas claire, avec ou sans IA.*

CHAPITRE 3

La méthode CLAIRE pour des prompts qui fonctionnent

3

Un bon prompt contient 6 ingrédients. Retiens le mot CLAIRE et tu n'oublieras plus jamais rien.

C Contexte
Quisuis-jeet quelle est ma situation ?

L Lectrice
Àquicecontenu s'adresse-t-il précisément ?

A Action
Qu'est-ce que je demande exactement à l'IA ?

I Intention
Quelrésultat je veux : abonnées, confiance, réservations ?

R Règles
Quelton, quelle longueur, quoi éviter ?

E Exemple
Ai-jeunmodèle de ce que j'aime ?

Avant / après

LE PROMPT QUE TOUT LE MONDE UTILISE

Écris un post Instagram sur le drainage lymphatique.

Résultat : un texte générique qui pourrait être publié par n'importe qui, n'importe où.

LE PROMPT CLAIRE

Contexte : je suis praticienne en drainage lymphatique à Nice depuis 3 ans. Lectrice : des femmes de 30 à 50 ans qui ont les jambes lourdes et gonflées en fin de journée, surtout l'été. Action : écris la légende d'un Reel Instagram. Intention : qu'elles se reconnaissent et m'envoient un message pour réserver. Règles : tutoiement, ton chaleureux et direct, phrases courtes, 150 mots maximum, une accroche forte dans les 5 premiers mots, un appel à l'action clair à la fin. Pas de promesse médicale, pas de mots comme « miracle » ou « détox ». Exemple : voici une légende que j'aime : [colle ici un de tes posts qui a bien marché].

Résultat : un texte qui parle à ta cliente, avec ton ton, et qui la pousse à agir.

Les 3 réflexes qui changent tout

1. Ne prends jamais la première réponse. Demande « propose-moi 5 versions différentes », puis choisis.
2. Corrige comme tu parlerais à une assistante. « Trop long », « plus direct », « enlève les emojis », « ça sonne trop commercial ».
3. Demande-lui de te poser des questions. Termine ton prompt par : « Avant de répondre, pose-moi les questions dont tu as besoin pour que le résultat soit parfait. » C'est le prompt le plus puissant de ce guide.

CHAPITRE 4

40 prompts prêts à l'emploi

4

Avant chaque prompt, colle ta fiche identité (chapitre 2). Remplace ensuite ce qui est entre crochets. Tu peux enchaîner plusieurs prompts dans la même conversation : l'IA garde le contexte.

Écrire avec ta voix

1. « Voici 3 posts que j'ai écrits et qui me ressemblent vraiment : [colle-les]. Analyse ma façon d'écrire : longueur des phrases, mots que j'utilise souvent, ton, humour, façon de parler à mes clientes. Résume ma voix en 5 caractéristiques. Ensuite, écris un post sur [sujet] en respectant exactement ces 5 caractéristiques. »

ASTUCE

colle ces 5 caractéristiques dans ta fiche identité, rubrique MON TON.

Trouver des idées de contenus

2. « Liste les 20 questions que ma cliente idéale se pose avant de réserver un [ton soin]. Pour chacune, propose une idée de Reel. »

3. « Quelles sont les 10 idées reçues les plus fréquentes sur [ton métier] ? Pour chacune, écris la vérité en 2 phrases simples. »

4. « Donne-moi 15 idées de contenus répartis entre : contenu éducatif, contenu de preuve, contenu d'identification émotionnelle et contenu de conversion. »

5. « Propose 10 sujets de contenus liés à la saison [automne, fêtes, rentrée...] et aux besoins de ma cliente idéale à ce moment de l'année. »

6. « Voici une question qu'une cliente m'a posée en séance : [question]. Transforme-la en 3 contenus différents : un Reel, un carrousel et une story. »

7 « Voici un contenu qui a bien marché chez moi : [colle le texte]. Transforme-le en 3 formats : un Reel de 7 secondes avec juste un texte à l'écran, un carrousel de 5 slides à sauvegarder, et un post texte qui se suffit à lui-même. Adapte le ton à chaque format. »

ASTUCE

tes nouvelles abonnées n'ont jamais vu ce contenu. Ce qui a marché une fois remarchera sous une autre forme.

Des accroches qui arrêtent le scroll

8 « Écris 10 accroches de Reel sur [sujet]. Elles doivent être directes, un peu provocantes, et faire moins de 12 mots. »

9 « Écris 10 accroches qui commencent par « Arrête de... » ou « Le pire conseil... » sur [problème de ta cliente]. »

10 « Voici mon accroche : [accroche]. Rends-la 3 fois plus percutante sans mentir ni exagérer. Propose 5 versions. »

11 « Quelle phrase ma cliente idéale se dit-elle dans sa tête quand elle souffre de [problème] ? Donne-m'en 10, avec ses mots à elle. »

12 « Liste les 10 plus grandes douleurs que ressent ma cliente idéale autour de [sujet : sommeil, stress, jambes lourdes...]. Transforme chacune en accroche de moins de 10 mots. Directe, émotionnelle, sans cliché et sans promesse médicale. »

13 « Propose 5 accroches pour un contenu sur [sujet], chacune dans un ton différent : 1) directe et sûre d'elle, 2) personnelle et vulnérable, 3) avec humour, 4) électrochoc, 5) experte. »

ASTUCE

tu peux prendre l'accroche d'une version et la suite d'une autre.

Scripts de Reels

14 « Écris le script d'un Reel de 30 secondes sur [sujet]. Accroche forte dès la première seconde, puis intègre cette anecdote vécue : [raconte-la en 2 phrases]. Termine par un appel à l'action clair. Phrases ultra courtes, zéro remplissage, écrit pour être dit à voix haute comme si je parlais à une amie. »

15 « Écris le script d'un Reel « 3 erreurs que tu fais avec [sujet] », en 45 secondes maximum. »

16 « Je veux filmer un Reel sans parler, juste avec du texte à l'écran sur des images de mon cabinet. Propose 5 idées avec le texte exact de chaque écran. »

Carrousels

17 « Crée un carrousel de 7 slides sur [sujet]. Slide 1 : accroche qui donne envie de swiper. Slide 2 : relance. Slides 3 à 6 : une idée par slide. Slide 7 : appel à l'action. Maximum 25 mots par slide. »

18 « Crée un carrousel checklist « Les 7 signes que tu as besoin de [ton soin] ». »

19 « Crée un carrousel « Les 5 erreurs à éviter quand on [problème de ta cliente] ». »

20 « Aide-moi à écrire un carrousel storytelling sur pourquoi j'ai choisi ce métier. Voici mon histoire en vrac : [ton histoire]. Garde mes mots, structure seulement. »

21 « Crée un carrousel de 5 slides sur [sujet] pour ma cliente idéale. Une slide = un conseil sous-coté, 12 mots maximum, applicable tout de suite. Commence par le plus surprenant. »

ASTUCE

un conseil applicable immédiatement, c'est un carrousel qu'on sauvegarde.

22 « Explique [ton soin ou une notion : la circulation lymphatique, le stress, la respiration...] avec 3 analogies tirées du quotidien. Développe la plus parlante en carrousel de 6 slides, sans vocabulaire médical. »

ASTUCE

ta cliente comprend mieux une image du quotidien qu'un schéma anatomique.

Stories

23 « Propose-moi un planning de stories pour une semaine : 3 à 5 stories par jour, en alternant crédibilité, connexion, conversation et conversion. »

24 « Donne-moi 15 idées de sondages et de questions en story pour faire réagir ma communauté sur [thème]. »

25 « Écris une séquence de 6 stories pour annoncer qu'il me reste [nombre] créneaux cette semaine, sans paraître insistante. »

26 « Transforme cet avis client en séquence de 3 stories : [colle l'avis]. »

Légendes

27 « Écris une légende pour ce Reel : [décris ton Reel]. Accroche dans les 5 premiers mots, 120 mots maximum, appel à l'action à la fin, et 6 mots-clés liés à mon métier et à ma ville. »

28 « Voici ma légende : [légende]. Rends-la plus fluide et plus humaine, sans changer mon ton ni ajouter d'informations. »

29 « Écris 3 versions de cette légende : une émotionnelle, une éducative, une très directe. »

30 « Voici ma légende : [colle-la]. Supprime tout ce qui est inutile pour la rendre plus percutante, sans perdre l'émotion ni le message. Donne-moi la version épurée, puis la liste de ce que tu as enlevé et pourquoi. »

ASTUCE

lis bien la liste, tu vas repérer tes propres tics d'écriture.

31 « Écris 10 appels à l'action courts et originaux pour un post sur [sujet] destiné à ma cliente idéale. Objectif : des commentaires et des sauvegardes. Joue sur la curiosité, sans fausse urgence et sans formule générique. »

ASTUCE

un seul appel à l'action par post.

Profil et bio

32 « Propose 5 bios Instagram avec : un nom contenant un mot-clé de mon métier, qui j'aide et comment, une preuve de crédibilité, et un appel à l'action. 150 caractères maximum. »

33 « Propose les titres et le contenu de mes stories à la une : à propos, avis, offres et réservation, FAQ. »

Visibilité locale

34 « Écris la description de ma fiche Google Business Profile avec les mots-clés que tapent les personnes qui cherchent [ton soin] à [ta ville]. »

35 « Écris une réponse chaleureuse et personnalisée à cet avis Google : [avis]. »

36 « Liste 10 commerces ou professionnels de [ta ville] avec qui je pourrais créer un partenariat, et écris le message pour les contacter. »

Transformer une abonnée en cliente

37 « Une abonnée m'écrit : « C'est combien ? ». Écris 3 réponses qui créent la conversation au lieu de juste donner un prix. »

38 « Quelles sont les 8 objections que ma cliente idéale se fait avant de réserver (prix, temps, peur, doute) ? Pour chacune, propose une idée de contenu qui y répond. »

39 « Voici mon offre : [décris ton soin ou ton accompagnement]. Réécris-la pour que ma cliente idéale comprenne en 5 secondes pourquoi elle en a besoin : la transformation ressentie, pour qui, en combien de séances, ce qui rend mon approche unique, et une preuve (avis, retour client). Propose 3 versions, sans aucune promesse de résultat garanti. »

ASTUCE

si tu dois expliquer ton offre deux fois en message privé, c'est qu'elle n'est pas encore claire.

Faire le point

40 « Voici mes 10 dernières publications : [colle les légendes ou les thèmes]. Analyse la variété des formats, la clarté de mon message, l'équilibre entre contenu éducatif, de preuve, d'identification et de conversion, et la place de ma ville et de mon offre. Donne-moi 3 points forts et 3 axes d'amélioration prioritaires. »

ASTUCE

fais cet audit une fois par mois, juste avant ta routine contenu.

CHAPITRE 5

2 workflows guidés pas à pas

5

Un prompt isolé donne une réponse. Un workflow te mène jusqu'au résultat final. Suis les étapes dans l'ordre, dans la même conversation.

Workflow 1 : un carrousel de A à Z

25 MIN

1 Trouver l'angle

> « Propose 7 idées de carrousels sur [thème] que ma cliente idéale aura envie de sauvegarder parce qu'elle en aura besoin plus tard. Pour chaque idée : le titre de la première slide, pourquoi elle sera sauvegardée, et le format (checklist, étapes, avant/après, idées reçues). »

→ Ce que tu fais : choisis une idée et note son titre.

2 Structurer

> « Idée retenue : [titre + format]. Crée la structure en 7 slides : slide 1 une accroche qui donne envie de swiper, slide 2 une relance qui ne dévoile pas tout, slides 3 à 6 une idée par slide avec un titre de 6 mots maximum, slide 7 un appel à l'action. »

3 Écrire les textes

> « Voici la structure : [colle-la]. Écris le texte final de chaque slide. Phrases de 12 mots maximum, un seul message par slide, avec mon ton. »

→ Ce que tu fais : copie les textes dans Canva.

4 La légende

> « Écris la légende de ce carrousel : [titre + les points clés]. 80 mots maximum, accroche dans les 5 premiers mots, invitation à sauvegarder, puis un appel à l'action pour réserver. Ajoute 6 mots-clés liés à mon métier et à ma ville. »

5 Créer la couverture

« Je vais t'envoyer une photo de moi. Ne modifie ni mon visage, ni mon expression, ni mes cheveux, ni mes vêtements, ni les couleurs. Ma photo doit rester identique. Transforme-la en couverture premium pour un carrousel Instagram, format 1080x1350. Ajoute un grand titre élégant : [titre de ton carrousel, ex. : 5 signes que ton corps te demande une pause]. Mets le mot [mot clé] en [couleur de ta marque]. Ajoute autour : 3 ou 4 petites miniatures de ma photo avec des étiquettes [ex. : sommeil, stress, énergie, digestion], quelques annotations manuscrites avec des flèches [ex. : à sauvegarder], et des ombres douces. Style éditorial, épuré, beaucoup d'espace, couleurs [tes couleurs de marque]. Le titre doit rester lisible sur un téléphone. »

ASTUCE

Utilise un outil qui génère des images, comme ChatGPT. Vérifie toujours que ton visage n'a pas été modifié, et corrige le titre dans Canva si une lettre est déformée, ça arrive souvent.

Workflow 2 : transformer une abonnée en cliente par message privé

15 MIN

1 Repérer le bon moment

> « Je suis [métier] à [ville]. Une abonnée vient de [répondre à ma story / commenter / regarder mes stories plusieurs jours de suite / sauvegarder un post]. Qu'est-ce que ça révèle ? Est-elle chaude, tiède ou froide ? Est-ce le bon moment pour lui écrire ? »

→ Tiède ou froide : attends un autre signe. Chaude : étape 2.

2 Premier message

> « Écris un premier message privé qui part de son action, pose une seule question ouverte sur sa situation, sonne comme une amie bienveillante et ne parle pas de mon offre. 3 lignes maximum. »

→ Envoie et attends sa réponse.

3 Comprendre son besoin

> « Elle m'a répondu : [colle sa réponse]. Quel est son vrai besoin ? Est-elle prête à entendre parler d'un soin ? Écris ma réponse : valide ce qu'elle partage, pose une deuxième question, et glisse simplement que j'accompagne des femmes dans sa situation, sans vendre. 4 lignes maximum. »

→ 1 ou 2 échanges, puis étape 4.

4 Proposer naturellement

> « Résumé de l'échange : [3 lignes]. Son besoin : [...]. Mon soin : [...]. Écris le message qui résume ce que j'ai compris, présente mon soin comme une suggestion naturelle et propose une étape simple (un créneau, mon lien de réservation). 5 lignes maximum. »

ASTUCE

Si elle ne répond plus, ce n'est pas le bon moment. Insister fait perdre la confiance.

CHAPITRE 6

Ta routine pour préparer 1 mois de contenu en 2 heures

6

Bloque 2 heures une fois par mois dans ton agenda, comme un rendez-vous client. C'est le rendez-vous le plus rentable de ton mois.

5 min — Recharge ta fiche identité
Ouvre une nouvelle conversation et colle ta fiche. Ajoute ce qui a changé ce mois-ci : une nouvelle offre, une saison, un événement.

15 min — Génère tes idées
Utilise les prompts 2, 4 et 5. Garde uniquement les 12 idées qui te parlent vraiment.

10 min — Construis ton planning
Demande : « Répartis ces 12 idées sur 4 semaines, 3 publications par semaine, en alternant Reels et carrousels, dans un tableau. »

15 min — Écris tes accroches
Pour chaque idée, demande 5 accroches (prompt 8) et choisis la plus forte.

45 min — Rédige tes scripts et carrousels
Prompts 14 et 17. Relis chaque texte à voix haute et remplace tout ce que tu ne dirais jamais.

20 min — Ajoute ta touche perso
Pour chaque contenu, ajoute une anecdote de cabinet, une phrase entendue en séance ou un ressenti.

10 min — Prépare tes légendes
Prompt 27 pour chaque publication, avec tes mots-clés locaux.

Résultat : 12 contenus prêts à filmer ou à mettre en forme sur Canva. Il ne te reste plus qu'à tourner tes Reels en une ou deux sessions et à publier.

POUR TES STORIES

Elles restent spontanées et quotidiennes. Utilise simplement le prompt 23 le lundi matin pour avoir ton fil conducteur de la semaine.

CHAPITRE 7

Les erreurs à éviter (et les pièges de notre secteur)

7

L'IA peut te faire gagner un temps fou. Mais mal utilisée, elle peut aussi te faire perdre ta crédibilité en quelques posts.

Les 5 erreurs qui trahissent un contenu IA

1 Publier sans relire.
Les tournures comme « plongeons ensemble », « dans un monde où » ou « offre-toi une parenthèse » se repèrent immédiatement. Ton audience décroche.

2 Trop d'emojis et de listes.
L'IA adore les puces et les émojis partout. Demande-lui un texte sobre, écrit comme tu parles.

3 Un contenu sans toi.
Aucune anecdote, aucune émotion, aucun visage. Le contenu informe, mais personne ne réserve.

4 Courir après la viralité.
L'IA va te proposer des sujets très larges. Ton objectif n'est pas 100 000 vues, c'est d'être vue par les bonnes personnes autour de chez toi. Ramène toujours le sujet à ta cliente et à ta ville.

5 Changer de ton à chaque post.
Sans fiche identité, chaque contenu sonne différemment et ton compte perd sa cohérence.

Les règles d'or du bien-être

L'IA ne connaît pas les limites légales de ton métier. C'est à toi de vérifier chaque texte avant de publier.

À ÉVITER	À PRIVILÉGIER
~~Guérir, soigner, traiter~~	Accompagner, soulager, favoriser
~~Patiente, diagnostic, thérapie médicale~~	Cliente, bilan, séance
~~« Élimine la cellulite », « fait maigrir~~ »	« Aide à retrouver une sensation de légèreté »
~~Remplacer un suivi médical~~	Compléter un suivi médical
~~Résultats garantis~~	Résultats variables selon chaque personne

AJOUTE CETTE LIGNE DANS TA FICHE IDENTITÉ

« Je ne suis pas professionnelle de santé. N'utilise jamais de vocabulaire médical, ne promets aucune guérison ni résultat garanti. »

POUR FINIR

Et maintenant ?

Tu asmaintenanttoutcequ'ilfautpourcréertoncontenuplus vite, avec plus de clarté, et sans y laisser tes soirées.

Ton plan d'action pour cette semaine :

- [ ] Remplir ma fiche identité
- [ ] Tester la méthode CLAIRE sur un premier post
- [ ] Utiliser 3 prompts de ce guide
- [ ] Bloquer 2 heures dans mon agenda pour ma routine du mois

Mais je vais être honnête avec toi. L'IA est un accélérateur. Elle rend plus rapide ce qui est déjà clair. Si ton positionnement, ton offre et ta stratégie ne sont pas posés, elle va simplement t'aider à produire plus vite un contenu qui ne convertit pas.

Remplir son agenda, ce n'est pas poster plus. C'est poster juste, pour les bonnes personnes, avec une stratégie qui transforme tes abonnées en clientes.

C'est exactement ce que je transmets dans la Wellness Académie : un accompagnement complet pour passer de praticienne invisible à entrepreneure qui attire ses clientes naturellement, avec un agenda rempli et la maîtrise de son temps.

Tu veux savoir si l'Académie est faite pour toi ?

Envoie-moi le mot ACADÉMIE en message privé sur Instagram

@marine_wellnessacademy

Je te réponds personnellement.

À très vite,
Marine