ERWAN RUIN

Pourquoi ton compte Instagram ne décolle pas ?

Le guide complet pour **débloquer ton compte**, et que ton contenu te rapporte plus de **visibilité**, plus d'**abonnés** et surtout plus de **clients**.



1 point = 1 abonné En orange : ceux qui deviennent clients

Des vues sans abonnés. Des abonnés sans clients. Ton compte coupe quelque part. Ce guide te montre où, et comment réparer.

Sommaire

Avant de commencer p. 3
Plus de vues ≠ plus de clients · Les 4 étapes · Ton diagnostic

01 **Attirer les bonnes personnes** p. 6
Ta cible, l'effet entonnoir, tes idées, tes hooks et tes formats.

02 **Transformer les vues en abonnés** p. 25
Le rôle de chaque vidéo, le fil rouge, ton profil.

03 **Créer des conversations** p. 32
Tes abonnés, tes stories, ton mot-clé, tes DM.

04 **Transformer en clients** p. 38
Ton offre, l'appel de vente, ta production, tes chiffres.

À la fin p. 45
Plan 30 jours · Checklist · 20 hooks · 5 prompts IA

COMMENT LE LIRE

Fais le diagnostic page 5. Il te dit à quelle étape ton compte coupe. Commence par cette partie-là.

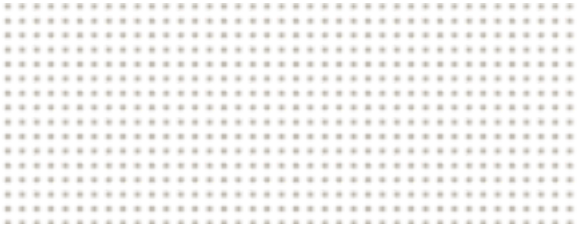
Les pages **« À remplir »** se font au stylo. Un guide propre est un guide qui n'a pas servi.

00

Plus de vues ne veut pas dire plus de clients

Tu as 3 minutes pour parler, au milieu d'un stade.

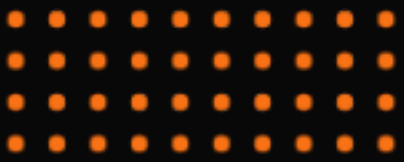
Tu choisis quel public ?



LE STADE A

80 000 ados venus pour ta vidéo drôle.

Aucun n'achètera ce que tu vends.



LA SALLE B

1 000 personnes avec le problème que tu règles.

Certaines vont t'écrire ce soir.

Chaque vidéo est une invitation.

Tu postes ton chien pour faire des vues ? Tu remplis la salle de gens qui aiment les chiens.

Le jour où tu parles de ton offre, ils ne sont pas là pour ça.

LES CHIFFRES D'UN STRATÈGE AMÉRICAIN, BRIAN COCKEREL, SUR SES CLIENTS

COMPTE 1

400 000

abonnés. Environ 25 000 $ par mois.

COMPTE 2

13 000

abonnés. Environ 45 000 $ par mois.

30 fois moins d'abonnés. Presque 2 fois plus de revenus. Ce qui change : qui est assis dans les gradins.

Ce guide t'apprend à remplir la salle B. Des gens qui ont ton problème à régler, qui te font confiance, et dont certains deviendront tes clients. Que tu aies 300 abonnés ou 30 000.

LE PARCOURS

Les 4 étapes, de la vue au client



CE QUI FAIT PASSER À L'ÉTAPE SUIVANTE

Inconnu → Vue	Ta cible, l'effet entonnoir, ton hook, ton format.	**Partie 1 · p. 6**
Vue → Abonné	Le rôle de chaque vidéo, ton fil rouge, ton profil.	**Partie 2 · p. 25**
Abonné → Conversation	Tes stories, ton mot-clé, tes DM.	**Partie 3 · p. 32**
Conversation → Client	Ton offre en une phrase, ton appel.	**Partie 4 · p. 38**

Tu peux avoir 50 000 vues. Si personne ne passe de « abonné » à « conversation », **le compteur de clients reste à zéro.** Le travail, c'est de trouver l'endroit où ça coupe.

À RETENIR Une seule étape bloquée suffit à garder ton compteur de clients à zéro. Fais le diagnostic page 5 et commence par l'étape qui coince.

TON DIAGNOSTIC · 5 MINUTES

À REMPLIR

Diagnostic : à quelle étape ton compte bloque ?

	OUI	NON
1 · INCONNU → VUE · PARTIE 1	non : ☐ ☐ ☐	
Je dis en une phrase à qui je parle.	☐	☐
Ma première phrase parle à plus de monde que ma niche.	☐	☐
J'ai refait la vidéo qui m'a amené le plus d'abonnés.	☐	☐
2 · VUE → ABONNÉ · PARTIE 2	non : ☐ ☐ ☐	
En 5 secondes, on comprend ce que je vends.	☐	☐
J'ai 3 posts épinglés qui font le travail.	☐	☐
Je publie dans le même fil depuis 2 mois.	☐	☐
3 · ABONNÉ → CONVERSATION · PARTIE 3	non : ☐ ☐ ☐	
Je poste des stories avec une question, chaque semaine.	☐	☐
J'ai un mot-clé qui ouvre un DM.	☐	☐
Je réponds à chaque message en moins de 24 h.	☐	☐
4 · CONVERSATION → CLIENT · PARTIE 4	non : ☐ ☐ ☐	
Mon offre tient en une phrase.	☐	☐
Je sais quoi dire en DM et en appel.	☐	☐
Je sais quelle vidéo m'a amené mes derniers clients.	☐	☐

TON VERDICT

L'étape avec le plus de « non », c'est là que ton compte coupe. Commence par la partie qui lui correspond. Égalité ? Prends la première des deux.

Mon étape qui coupe : _____ Je refais ce test le : _____

01

Attirer les bonnes personnes

« Mes vues sont nulles. »

Le problème n'est pas le nombre de vues.
C'est qui les regarde.

À LA FIN DE CETTE PARTIE

- ✓ Tu sais de quoi tu parles, et à qui.
- ✓ Tu as une réserve d'idées que personne ne peut copier.
- ✓ Tu sais construire un hook et choisir un format.

1.1

Trouver ton sujet en 3 questions

On te dit « trouve ta niche ».

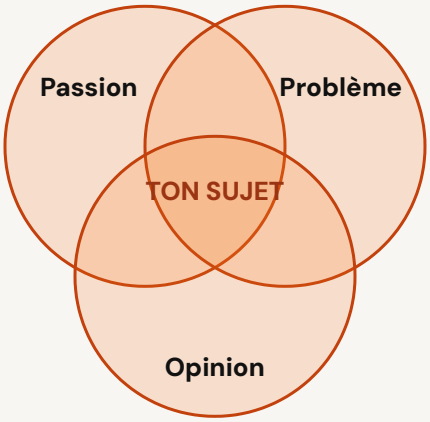
Alors tu cherches ce qui va plaire aux autres, avant de savoir ce que toi, tu as à dire.

C'est le problème pris à l'envers. Prends une feuille, 10 minutes.

1. **De quoi tu peux parler 2 heures, sans notes ?**
   Pas ce qui est à la mode. Ce qui t'allume.

2. **Quel problème tu as réglé, que d'autres ont encore ?**
   C'est là que se cache ta valeur.

3. **Qu'est-ce qui t'énerve quand on en parle ?**
   C'est là que sont tes vraies opinions.



Ce qui revient dans les 3 réponses, c'est ton sujet.

Ça ne ressemblera pas à une « niche ». C'est normal. C'est ce que les gens viendront chercher chez toi.

L'ASTUCE QUI DÉBLOQUE TOUT

Parle au toi d'il y a 3 ans.

Toi, un soir, devant ton téléphone, à te demander par où commencer. Fais la vidéo que tu aurais voulu voir ce soir-là.

Pas besoin d'être expert. Juste d'avoir un pas d'avance.

1.2

Définir ta cible avec précision

Une infirmière de 32 ans et une avocate de 32 ans n'ont pas le même problème.

Ce qui rassemble ton audience, ce n'est pas son âge. C'est la situation qu'elle vit.

FLOU

« J'aide les entrepreneurs à mieux communiquer. »

PRÉCIS

« J'aide les coachs déjà lancés à signer leurs premiers clients avec Instagram, sans y passer leurs soirées. »

QUI **précisément** › SITUATION **où il en est** › PROBLÈME **ce qui coince** › RÉSULTAT **ce qu'il veut**

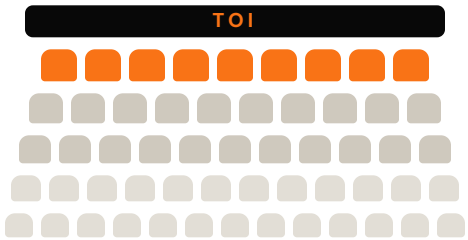
LA FICHE DE TA PERSONNE IDÉALE · AVEC SES MOTS

Ce qu'elle a essayé	*« J'ai posté tous les jours pendant 2 mois. »*
Ce qu'elle redoute	*« Que mes clients me trouvent ridicule. »*
Ce qu'elle ne supporte plus	*« Passer 2 heures sur une vidéo à 200 vues. »*
Ce qu'elle veut vraiment	*« Que des clients m'écrivent sans que je relance. »*
Ce qui la bloque	*« Je sais pas quoi dire face caméra. »*

Où trouver ses mots ? Lis 20 commentaires sous les vidéos d'un compte de ton domaine. Copie les phrases telles quelles. Ce sont tes prochains hooks.

1.3

Ceux qui achètent et ceux qui partagent



Le premier rang achète

Il a ton problème, il est prêt à payer pour le régler. Ils sont peu nombreux.

La salle applaudit

Mêmes centres d'intérêt. Elle regarde jusqu'au bout, commente, partage. Elle n'achète pas forcément. Mais c'est elle qui fait tourner ta vidéo.

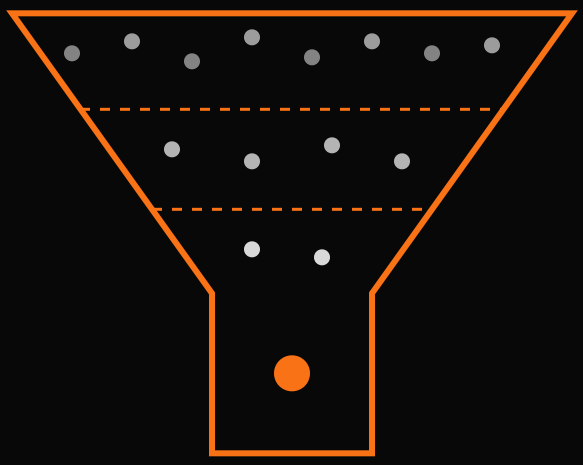
Tu ne parles qu'au premier rang ? Instagram montre ta vidéo à 100 personnes, 3 restent. Il conclut qu'elle n'intéresse personne, et ton client ne la verra jamais.

EXEMPLE · DE TOUT LE MONDE À TON CLIENT · L'EFFET ENTONNOIR, P. 12



Tout le monde	Ceux que ça intrigue	Ceux qui veulent investir	Ton futur client
1 · Le hook	**2 · L'histoire**	**3 · La méthode**	**4 · La fin**
Un sujet large	Ton parcours	Ton expertise	Ta niche
« Ce studio de 18 m² me rapporte plus que mon appart. »	*« Je l'ai acheté en 2022, sans apport. »*	*« Les 3 chiffres que je regarde avant chaque achat. »*	*« Tu veux ton premier studio en 2027 ? Écris STUDIO. »*

À RETENIR La salle fait tourner ta vidéo, le premier rang l'achète. Ouvre sur un sujet qui parle à tout le monde, termine sur ce qui intéresse ton client.



L'effet entonnoir

« Ma vidéo a de la valeur. Mais elle fait 300 vues. »

Ton sujet n'est pas mauvais. Ta porte d'entrée est trop petite.
On commence large. On finit sur ta niche.

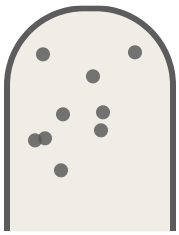
À LA FIN DE CE CHAPITRE

- ✓ Tu sais mesurer la taille de la porte d'entrée de ton idée.
- ✓ Tu construis une vidéo en 4 temps : passerelle, tension, pivot, perle.
- ✓ Tu sais jusqu'où élargir sans attirer les mauvaises personnes.
- ✓ Ton compte entier fonctionne comme un entonnoir.

1.4

Ton hook est une porte d'entrée

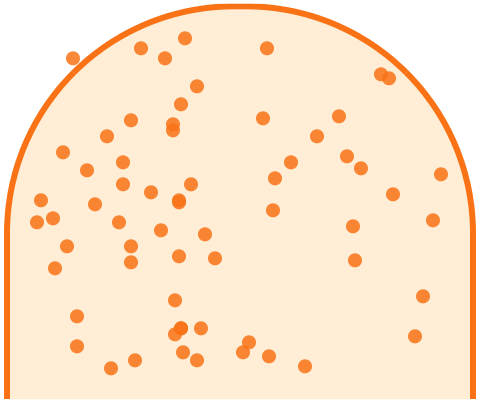
C'est ce que j'appelle l'attention market size : le nombre de personnes qui peuvent se sentir concernées par ton idée.



PETITE PORTE

« 3 erreurs à éviter quand tu investis en ETF. »

Seulement ceux qui investissent déjà.



GRANDE PORTE

« Si tes enfants te demandent un jour comment gagner plus d'argent, réponds ça. »

Les parents, les futurs parents, tous ceux qui pensent à l'argent.

Même conseiller, même expertise, même fin de vidéo. **Seule la porte d'entrée change.** Ton expertise n'a pas bougé : tu l'as juste rendue désirable.

POURQUOI C'EST MATHÉMATIQUE

Instagram montre d'abord ta vidéo à un petit groupe. Si ta première phrase n'intéresse que 2 % de ce groupe, la vidéo s'arrête là. Ton expertise n'a même pas eu sa chance.

LE CALCUL

0,1 % de 100 000 personnes = **100**

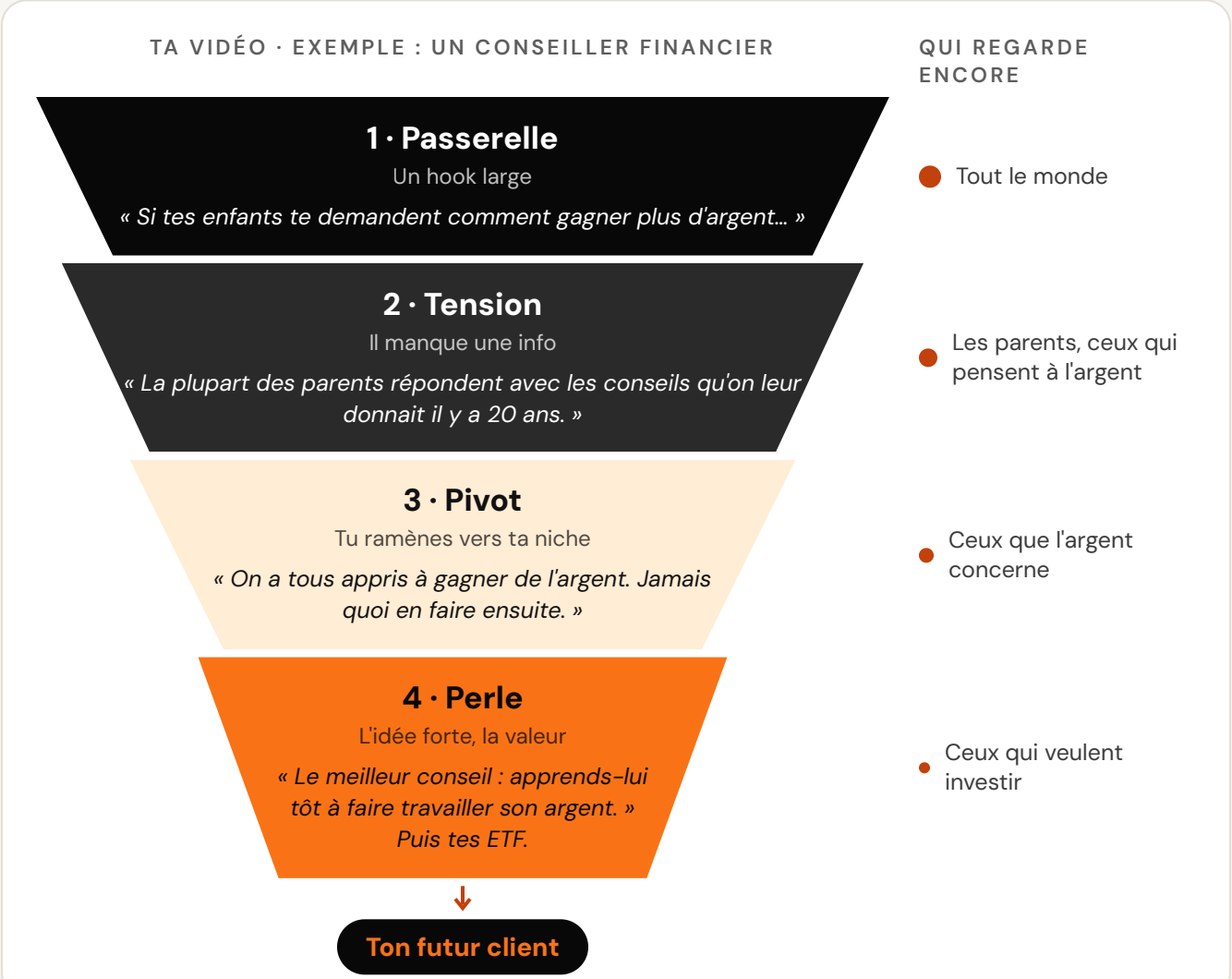
5 % de 1 000 personnes = **50**

Tes prochains clients sont cachés dans tes prochains milliers de spectateurs.

À RETENIR Plus ton hook concerne de monde, plus Instagram pousse ta vidéo. Ton expertise ne change pas : seule la porte d'entrée s'élargit.

1.5

L'effet entonnoir : partir d'un sujet large pour arriver à ta niche



1 · PLUS DE MONDE ENTRE

La porte est large : Instagram trouve assez de gens intéressés pour pousser ta vidéo.

2 · ON NE DEVINE PAS LA SUITE

Au bout de 10 secondes, si on sait ce que tu vas dire, on part. Là, on ne voit pas encore où tu vas.

3 · LES BONS RESTENT

À la perle, ceux qui sont encore là sont ceux que ta niche intéresse.

À RETENIR Hook large pour attirer, tension pour garder, pivot vers ta niche, perle pour ton client. Tu ouvres grand, tu termines précis.

1.6

Structurer ta vidéo en 4 temps

Passerelle, tension, pivot, perle. Pour aller d'un sujet large jusqu'à ta niche sans perdre personne en route.

0-3 s	3-10 s	10-20 s	20-45 s
Passerelle	**Tension**	**Pivot**	**Perle**

Passerelle Un hook large, que tout le monde comprend.	**La question :** Qui, en dehors de ma niche, pourrait s'arrêter sur cette phrase ? *« Cristiano Ronaldo n'est pas devenu numéro 1 sur Instagram grâce au foot. »*
Tension Une raison de rester : une info qui manque.	**La question :** Qu'est-ce que la personne veut savoir maintenant ? *« Il fait un truc que 99 % des entrepreneurs refusent de faire. »*
Pivot Le moment où tu ramènes vers ta niche.	**La question :** Quel est le lien entre ma passerelle et mon sujet ? *« Il ne montre pas sa technique. Il montre sa vie autour du foot. Ton compte, c'est pareil. »*
Perle L'idée forte. Ce qu'on retient et ce qu'on partage.	**La question :** Si on ne retient qu'une phrase, c'est laquelle ? *« Arrête de prouver ton expertise. Montre ta vie autour d'elle : c'est ça qui fait s'abonner. »*

PORTE ÉTROITE

« 3 conseils pour atteindre 10 000 abonnés sur Instagram. »

Déjà entendu 100 fois. Seuls ceux qui font du contenu restent.

→

PORTE LARGE

« Cristiano Ronaldo n'est pas devenu numéro 1 sur Instagram grâce au foot. »

Même sujet. Mais tout le monde connaît Ronaldo.

Le pivot, c'est le moment le plus dur à écrire. Trop tôt, on sent la vente et on part. Trop tard, tu as perdu ta niche en route. Vise le premier tiers de la vidéo.

1.7

Jusqu'où élargir ton sujet



HORS DE LA MAISON

~~ton chat~~ ~~la recette du jour~~ ~~le buzz du moment~~

5 millions de vues
0 client

Une vidéo de chat qui explose remplit ton compte de gens qui n'achèteront jamais du personal branding.

La règle : ta passerelle peut sortir de ta niche, jamais de la maison. Elle doit toucher un centre d'intérêt que ta niche a en commun.

PARLE DE CE QUI LES INTÉRESSE

Kiné pour coureurs ? Ne parle pas que de genoux. Parle de marathons célèbres, du mental avant une course, de ce que mangent les pros. Ce qui intéresse tes clients, pas seulement ta solution.

LES 2 QUESTIONS TEST

1 · Ma passerelle mène-t-elle à ma niche en moins de 15 secondes ?

2 · Quelqu'un qui aime ma passerelle pourrait-il, un jour, avoir besoin de mon offre ?

1.8

Réutiliser un format qui a déjà marché



EN 3 GESTES

1 Trouve
Une vidéo qui a fait au moins 3 fois les vues habituelles de son compte. Idéalement hors de ta niche.

→

2 Garde
Sa construction : le type de passerelle, le rythme, le format.

→

3 Remplace
Tout le contenu par ton histoire, ton exemple, ta perle.

AU DÉBUT, N'INVENTE PAS LE FORMAT

Invente la perle. Le format, d'autres l'ont déjà testé pour toi.

TES PROPRES CAPSULES

Une de tes vidéos t'a amené beaucoup d'abonnés ? C'est une capsule validée. Republie-la quelques semaines plus tard, avec un autre hook.

Reprendre une construction, c'est du métier. Reprendre les phrases ou l'histoire de quelqu'un, c'est de la copie. Ta perle, elle, doit toujours venir de toi.

À RETENIR Ne pars pas d'une page blanche. Reprends un format qui a déjà fait 3 fois les vues habituelles, et remplis-le avec ton histoire.

1.9 · À TOI · 20 MIN

À REMPLIR

Construis ta première vidéo entonnoir

Ma niche _____

Ma perle _____

Commence par la fin : l'idée que tu veux qu'on retienne. Puis remonte.

3 PASSERELLES POSSIBLES · TAILLE DE LA PORTE S, M OU L

1	_____	☐ S ☐ M ☐ L	☐ mène à ma niche
2	_____	☐ S ☐ M ☐ L	☐ mène à ma niche
3	_____	☐ S ☐ M ☐ L	☐ mène à ma niche

1 **Ma passerelle choisie**

La phrase des 3 premières secondes

_____

2 **Ma tension**

L'info qui manque, la raison de rester

_____

3 **Mon pivot**

La phrase qui ramène vers ma niche

_____

4 **Ma perle**

L'idée forte, en une phrase

_____

Lis ta vidéo à voix haute. Si au bout de 10 secondes on devine la fin, **ta tension est trop faible.**

1.10

Trouver des idées dans ton quotidien

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI
Une cliente : « je pensais que c'était plus compliqué »	La même question, posée 3 fois en DM	Un projet que tu as refusé	Une erreur dans ta façon de faire	Un truc qui a mieux marché que prévu

Ta semaine, en 5 moments vécus. Aucun n'est une « idée de post », et pourtant chacun peut devenir une vidéo.

1 **Qu'est-ce qu'on m'a demandé aujourd'hui ?**

2 **Qu'est-ce que j'ai refusé, ou critiqué ?**

3 **Qu'est-ce qui a marché mieux que prévu ?**

Ton carnet d'idées : chaque soir, une réponse à une de ces 3 questions, dans ton carnet (page suivante). 2 minutes. 30 sujets par mois.

DU MOMENT VÉCU À LA VIDÉO · 2 EXEMPLES

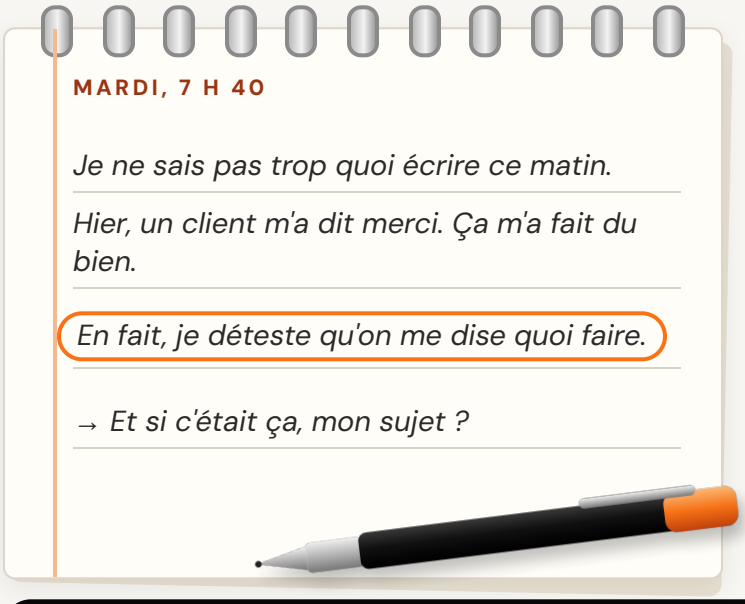
CE QUI S'EST PASSÉ	LA VIDÉO
La même question 3 fois cette semaine : « tu prends combien pour un montage ? »	**« Pourquoi je ne donne jamais mon prix en DM. »**
J'ai refusé un client qui voulait 30 vidéos en 1 semaine.	**« J'ai dit non à 3 000 €. Voilà pourquoi. »**

À RETENIR Tes idées sont déjà dans ta semaine : les questions qu'on te pose, ce que tu refuses, ce qui marche. Note-en une par soir, tu ne seras jamais à court.

1.11

Les meilleures idées s'écrivent avec un stylo et un carnet

C'est du journaling : tu ne cherches pas d'idées, tu laisses le stylo parler pour toi.



Zéro distraction
Pas de notification, pas d'appli qui s'ouvre au milieu d'une idée.

Tu écris moins vite que tu penses
Ça t'oblige à choisir tes mots. Ce sont souvent ceux de ton hook.

Rien n'est définitif
Tu barres, tu fais une flèche, tu relies deux idées. Aucune pression.

MA MÉTHODE

1
Je prends 10 minutes le matin
Avant d'ouvrir mon téléphone. Un café, mon carnet, un stylo.

2
J'écris sans m'arrêter
Tout ce qui me passe par la tête, même hors sujet. Je laisse le stylo parler.

3
Je ne me relis pas
Pas de correction, pas de jugement. Je vide ma tête, c'est tout.

4
Le dimanche, j'entoure
Je relis la semaine. Chaque phrase qui me fait réagir devient une idée de vidéo.

CLARIFIE CE QUI TE REPRÉSENTE · UNE QUESTION PAR MATIN

Mes valeurs
« Qu'est-ce que je refuse de faire, même pour de l'argent ? »

Mon histoire
« Quel moment de ma vie a tout changé ? »

Mon caractère
« Comment mes proches me décrivent en 3 mots ? »

Ma zone de génie
« Qu'est-ce que je fais facilement, alors que les autres galèrent ? »

Et toutes les autres : tes combats, tes goûts… Chacune = un fil de vidéos impossible à copier.

À RETENIR Tu ne cherches pas d'idées : tu écris, et elles sortent. Plus tu te connais, plus ton contenu est impossible à copier.

1.12

Créer un compte dédié à tes idées

Ton fil perso te montre des recettes, du foot et les vacances de tes potes.

Un 2e compte, nourri uniquement avec ton sujet, te montre des idées. Tous les jours.

1
Trouve 10 vidéos qui ont marché dans ton sujet.

2
Sur ce compte, regarde-les jusqu'au bout.

3
Appuie sur « Intéressé ». Enregistre-les.

4
Ton fil se remplit d'idées.

Ne regarde rien d'autre dessus. Une vidéo de chat, et Instagram ne sait plus à qui montrer ton compte.

UNE BONNE IDÉE COCHE CES 5 CASES

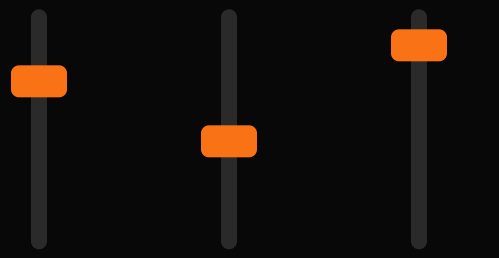
- [ ] **Tu peux la refaire chez toi**
  Si la vidéo marche parce que le mec est sur un yacht, ce n'est pas une idée. C'est un yacht.
- [ ] **Elle a fait 3 fois plus de vues que d'habitude**
  Compare-la aux autres vidéos du même compte. Si elle écrase les autres, c'est l'idée qui a travaillé.
- [ ] **Sa 1re phrase parle à tout le monde**
  Pas de jargon. Personne n'est exclu dès le début.
- [ ] **Elle marche en français**
  Pas de référence que personne ne connaît ici.
- [ ] **Elle ne vient pas d'une « baleine »**
  À 1 million d'abonnés, même une idée moyenne fait des vues. Cherche plutôt le compte à 10 000 abonnés qui vient de faire 300 000 vues.

Reprends la forme, jamais le fond. La structure et le hook, oui. Ton histoire et ton avis, toujours.

1.13

S'inspirer des formats d'autres domaines

CE QUE TU EMPRUNTES



CE QUE TU GARDES

Ton sujet. Ton avis. Tes mots. Tes histoires.

Si tu prends le sujet ou les phrases d'un autre, c'est de la copie. Si tu prends sa construction pour raconter ta vie, c'est du métier.

Regarde hors de ta niche. Dans ta niche, tout le monde copie tout le monde. Ailleurs, tu trouves des constructions que personne n'a encore utilisées chez toi.

VU AILLEURS	TA VERSION
Les recettes en accéléré	→ **Ton process en accéléré : de l'idée au post en 30 s**
L'unboxing d'un produit	→ **L'unboxing de ton offre : ce qu'on reçoit le 1er jour**
La rénovation avant / après	→ **L'avant / après du profil d'un client**
Le sportif à J-30 de sa compétition	→ **J-30 avant ton lancement, un épisode par semaine**
Le micro-trottoir	→ **Tu poses la même question à 5 entrepreneurs**

À TOI, CETTE SEMAINE _____ → _____

À RETENIR Va chercher tes formats hors de ta niche. Garde la construction, mets dedans ton sujet, ton avis et tes histoires.

1.14

Raconter ce que tu as fait, plutôt que donner des conseils

LE TUTO

Tout le monde en fait. Une IA en écrit 10 en une minute. On le regarde, on oublie qui l'a fait.

LE MAKING-OF

Toi, en train de le faire, avec un vrai résultat. Personne ne peut le refaire : personne d'autre ne l'a vécu.

UN MAKING-OF EN 4 ÉTAPES · LE CONSEIL ARRIVE À L'ÉTAPE 4, JAMAIS AVANT

Étape 1	Étape 2	Étape 3	Étape 4
Le décor Où tu en étais.	**L'action** Ce que tu as fait.	**Le résultat** Ce que ça a donné, en chiffres.	**La morale** Ce que la personne peut en faire.
« Il y a 3 semaines, ma bio disait juste "Monteur vidéo". »	*« Je l'ai réécrite 6 fois, en la testant sur 3 clients. »*	*« Cette semaine : 4 messages de gens que je ne connaissais pas. »*	*« Ta bio parle de toi ? Fais-la parler de ton client. »*

PASSE TES TITRES EN MAKING-OF

~~« Comment écrire une bonne bio »~~	→	**« J'ai réécrit ma bio 6 fois. Voilà celle qui marche. »**
~~« 5 astuces pour monter plus vite »~~	→	**« Mon montage est passé de 3 h à 40 min. Ce que j'ai coupé. »**
	→	
	→	

Pas encore de résultat ? Filme le making-of de ce que tu testes en ce moment. Le résultat sera dans l'épisode suivant. Ça donne une raison de s'abonner.

À RETENIR

Un conseil, tout le monde peut le donner. Ce que tu as fait, avec un vrai résultat, personne ne peut le copier.

1.15

Écrire un hook qui retient

Le hook, c'est l'ouverture de ta vidéo. S'il ne retient pas, personne ne voit le reste.

Un bon hook joue sur 3 tableaux en même temps :

ON ENTEND
La phrase
Elle ouvre une question qu'on veut voir fermée.

ON VOIT
L'image
Un texte à l'écran, un plan qui n'a rien à faire là.

IL SE PASSE
L'action
Tu fermes un livre, tu poses ta tasse. Zéro montage.

ENSUITE, LA STRUCTURE QUI RETIENT

1 · HOOK
3 secondes
Une question ouverte.

2 · POURQUOI TOI
1 phrase
Pourquoi t'écouter.

3 · LE PROBLÈME
Sa galère
Avec ses mots.

4 · LA MÉTHODE
L'idée
Ce qu'il peut faire.

5 · LA FIN
1 action
Ce soir, pas « un jour ».

LE TEST DES 3 QUESTIONS, AVANT DE TOURNER

1. **Je peux le voir ?** « Réussir en ligne », on ne voit rien. « 3 messages de clients un mardi matin », on voit tout.
2. **Je peux le vérifier ?** « Une méthode efficace » ne veut rien dire. « 2 heures de tournage pour 30 vidéos », si.
3. **Personne d'autre ne peut le dire ?** Si n'importe qui peut écrire ta phrase, elle ne te distingue pas.

Le test des 2 secondes : lis ton hook, compte « un… deux ». Pas compris avant « deux » ? Réécris.

1.16

12 formats à tourner avec ton téléphone

ATTIRER fait venir · RASSURER crée la confiance · VENDRE fait écrire

01 ATTIRER

B-roll + texte de 7 secondes

Une image de ton quotidien, une phrase à l'écran. La valeur est dans la description.

02 ATTIRER

La réaction

Tu réagis à une vidéo de ta niche. Tu n'es pas d'accord, et tu expliques pourquoi.

03 RASSURER

L'avant / après

Un profil, une offre, une page : avant, après, ce qui a changé.

04 RASSURER

La question d'abonné

Tu réponds en vidéo à un commentaire. Il se sent écouté, les autres aussi.

05 RASSURER

La pensée à chaud

Tu sors d'un appel, tu marches, tu racontes ce que tu viens de comprendre.

06 RASSURER

L'écran partagé

Ton écran pendant un vrai travail. Tu ne dis pas que tu sais faire : tu le montres.

07 RASSURER

Le tableau blanc

Tu expliques une idée en la dessinant au feutre. Simple, visuel, on reste jusqu'au bout.

08 ATTIRER

Le journal de bord

« Jour 12 de mon défi. » On revient pour la suite.

09 ATTIRER

Le top 3

« Les 3 phrases que je ne dis plus jamais en DM. »

10 VENDRE

Le cas client

L'histoire d'un client en 30 secondes : avant, ce qu'on a fait, après.

11 ATTIRER

Le POV

« POV : tu postes depuis 6 mois et personne ne t'écrit. » L'effet miroir.

12 VENDRE

Comment ça se passe

« Voilà ta première semaine si on travaille ensemble. »

MES 3 FORMATS SIGNATURE _____ _____ _____

Un format t'a amené des messages ? **Refais-le chaque semaine** avec un autre sujet. C'est comme ça qu'on te reconnaît avant de lire ton nom.

1.17 · À TOI · 30 MIN

À REMPLIR

Planifier ta semaine de tournage

Une vidéo par jour de publication. Remplis tout le dimanche, tourne tout en un après-midi, coche au fur et à mesure.

1 LUNDI

L'IDÉE

LA 1RE PHRASE

LE FORMAT

☐ Attirer ☐ Rassurer ☐ Vendre
☐ Tourné ☐ Monté ☐ Publié

2 MARDI

L'IDÉE

LA 1RE PHRASE

LE FORMAT

☐ Attirer ☐ Rassurer ☐ Vendre
☐ Tourné ☐ Monté ☐ Publié

3 MERCREDI

L'IDÉE

LA 1RE PHRASE

LE FORMAT

☐ Attirer ☐ Rassurer ☐ Vendre
☐ Tourné ☐ Monté ☐ Publié

4 JEUDI

L'IDÉE

LA 1RE PHRASE

LE FORMAT

☐ Attirer ☐ Rassurer ☐ Vendre
☐ Tourné ☐ Monté ☐ Publié

5 VENDREDI

L'IDÉE

LA 1RE PHRASE

LE FORMAT

☐ Attirer ☐ Rassurer ☐ Vendre
☐ Tourné ☐ Monté ☐ Publié

Au moins une vidéo par rôle, celle qui vend en fin de semaine (rôles expliqués p. 27). Bloqué sur la 1re phrase ? Les 20 hooks, p. 47.

02

Transformer les vues en abonnés

« Ils regardent, mais ils ne s'abonnent pas. »

Une vue, c'est quelqu'un qui passe.
Un abonné, c'est quelqu'un qui veut la suite.

À LA FIN DE CETTE PARTIE

- ✓ Chaque vidéo a un rôle : attirer, rassurer ou vendre.
- ✓ Ton compte suit un fil rouge que tout le monde comprend.
- ✓ On comprend ton profil en 5 secondes, et on a envie de s'abonner.

2.1

Pourquoi les gens s'abonnent

Quelqu'un s'abonne quand il pense que ta prochaine vidéo vaudra le coup.

Ta vidéo se suffit à elle-même et ton profil ne promet rien d'autre ? Il like, et il repart.

On te suit pour une de ces 3 raisons. Choisis-en 1 ou 2.

RAISON 1

Ce que tu apportes

Tes astuces, ton savoir. On te suit pour apprendre.

Pour toi si tu préfères ne pas trop montrer ta vie.

RAISON 2

Qui tu es

Ta façon de parler, ton humour, tes doutes. On te suit pour toi.

Pour toi si tu es à l'aise pour te montrer tel quel.

RAISON 3

Ta quête

Un défi en public. « De 0 à 1 000 abonnés. » On te suit pour savoir si tu vas y arriver.

Pour toi si tu veux une raison de ne pas lâcher.

VUES, MAIS PAS D'ABONNÉS

Tu divertis. Les gens rient, et repartent.

VUES ET ABONNÉS

Tu aides. Chaque vidéo laisse 1 idée applicable ou 1 vrai déclic.

Et ajoute une preuve. Un résultat, une capture, un chiffre, une source. « Ça marche » ne prouve rien. « 3 messages en 48 h » si.

2.2

Donner un rôle à chaque vidéo

Être vue par plein de monde. Créer du lien. Vendre. Tout ça en 30 secondes ?

Sur un compte qui grandit, chaque vidéo a **un seul boulot**. Voilà la répartition :

60 %

ATTIRER

Faire venir des inconnus.

« C'est qui, lui ? »

On regarde :
vues, abonnés gagnés

→

25 %

RASSURER

Faire rester ceux qui arrivent.

« Il sait de quoi il parle. »

On regarde :
commentaires, partages, réponses

→

15 %

VENDRE

Transformer ceux qui restent en clients.

« Je veux qu'il m'aide. »

On regarde :
messages privés, appels, ventes

LA RÈGLE

Avant de tourner, décide le boulot. Puis juge la vidéo sur ce boulot-là, pas sur les vues.

2.3

Organiser ton compte en entonnoir



TU VENDS PRESQUE JAMAIS DANS UN REEL

Personne n'a envie de se faire vendre un truc en scrollant. Tu attires en haut, tu rassures au milieu. La vente se fait en bas : en stories, en DM, avec ton mot-clé.

ET TA VIDÉO « VENDRE » ?

Elle ne vend pas ton offre. Elle montre comment ça se passe, un cas client, ta méthode. Puis elle envoie en bas de l'entonnoir : « Écris GUIDE. »

LE BAS DE L'ENTONNOIR, PAGE PAR PAGE

Tes stories p. 34 · ton mot-clé p. 35 · tes DM p. 36 · ta bio et tes posts épinglés p. 30

À RETENIR Les Reels attirent et rassurent. La vente se fait en bas : stories, mot-clé, DM. Sans le haut, personne n'arrive en bas.

2.4

Garder un fil rouge

Tes vidéos de découverte peuvent parler large.

Mais elles doivent rester sur le même fil que ce que tu vends. Sinon, tu remplis la salle avec les mauvaises personnes.

EXEMPLE : TU AIDES À ACHETER SON PREMIER APPARTEMENT EN INVESTISSEMENT

Sur le fil
« Les 5 villes où un studio se loue en une semaine. » Tout le monde clique. Tes futurs clients aussi.

Hors du fil
« Mon chien fait du skate. » 1 million de vues. Zéro futur client dans la salle.

4 FAÇONS DE CASSER TON FIL ROUGE

1 **Payer pour des abonnés trop tôt**
Ils ne regardent pas tes vidéos. Instagram croit que ton public n'aime pas ce que tu fais.

2 **Changer de sujet en route**
Un compte mode qui passe à la crypto : les anciens abonnés scrollent. Les nouvelles vidéos restent bloquées.

3 **La vidéo virale hors sujet**
2 000 abonnés d'un coup. Pas un seul n'achètera.

4 **Changer de cap chaque semaine**
Lundi business, mercredi voyage, vendredi recette. Plus personne ne sait pourquoi te suivre.

Le test avant chaque vidéo : la personne qui la découvre pourrait-elle, un jour, avoir besoin de ce que je propose ?

2.5

Optimiser ton profil

TES 3 POSTS ÉPINGLÉS

Post 1	Post 2	Post 3
Qui je suis	**Ce que je fais**	**Ce que ça donne**
Ton histoire en 45 secondes, face caméra. Un moment précis, pas un CV.	Ta façon de travailler, étape par étape. En carrousel.	Un client, un avant / après, ses mots à lui.

Qui il est + ce qu'il fait + ce que ça donne = « je lui écris »

LE RESTE DE LA VITRINE

1. **Ta photo** · Ton visage, net, de près.
2. **Ton nom** · Prénom + ce que tu fais. Ce champ ressort dans la recherche.
3. **Ta bio** · Pour qui, quel résultat, quoi faire maintenant.
4. **Ton lien** · Un seul : ton guide ou ton offre.
5. **Tes stories à la une** · 4 rubriques : moi, l'offre, les résultats, les questions.

Le test du pouce : montre ton profil 5 secondes à un ami qui ne connaît pas ton métier. Il doit pouvoir dire pour qui c'est et ce que tu vends. Sinon, ton profil n'est pas encore clair.

À RETENIR En 5 secondes sur ton profil, on doit comprendre pour qui c'est, ce que tu fais et ce que ça donne. Sinon, on repart sans s'abonner.

2.6 · À TOI · 30 MIN

À REMPLIR

Ta bio, tes posts épinglés et tes stories à la une

La formule : Si tu [ta situation], je t'aide à [ton résultat] grâce à [ta méthode]. + une ligne d'action : « Commente GUIDE sous mon dernier post ». 150 caractères max.

MA BIO · 5 VERSIONS, CHANGE UN SEUL MOT À CHAQUE FOIS

1 _____

2 _____

3 _____

4 _____

5 _____

Envoie tes 2 meilleures à 3 personnes de ta cible : « Laquelle te donne envie de cliquer ? »

POST	CE QUE JE MONTRE	FORMAT
Qui je suis		
Ce que je fais		
Ce que ça donne		

MES STORIES À LA UNE · CE QUE JE METS DANS CHACUNE



Moi

_____



L'offre

_____



Résultats

_____



Questions

_____

03

Créer des conversations

« J'ai des likes, mais personne ne m'écrit. »

Un like ne coûte rien. Un message, si.
Il faut donner une raison de t'écrire, et une porte facile.

À LA FIN DE CETTE PARTIE

- ✓ Tes premiers commentaires deviennent des conversations.
- ✓ Tes stories font répondre.
- ✓ Ton mot-clé ouvre un DM tout seul.
- ✓ Tu sais quoi écrire, sans forcer.

3.1

Engager tes abonnés

1 **Réponds à chaque commentaire. Avec une question.**

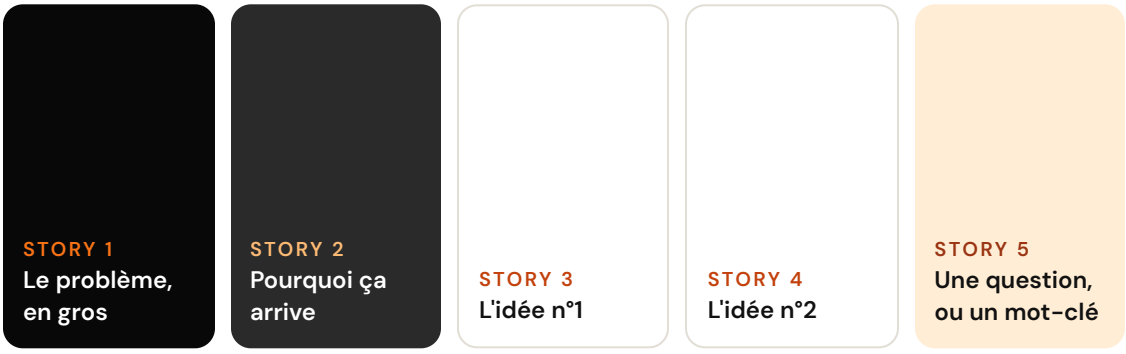
Pas un cœur : une vraie phrase. Elle commente à 21 h, tu réponds à 21 h 10. Elle s'en souvient. Chez un gros compte, son commentaire est le 412e. Personne ne le lira.

2 **10 minutes par jour devant les bonnes personnes**

Ouvre un compte qui parle à ta cible. Regarde qui commente. Va sur leurs profils. Laisse une vraie remarque, réagis à leurs stories. Ils viendront voir qui tu es.

3 **Transforme ta meilleure vidéo en stories**

Tes stories, ce sont surtout tes abonnés qui les voient. C'est là que la confiance se construit. Une idée par story :



Ne demande pas quelque chose à chaque fois. La plupart du temps, tu donnes, et tu t'arrêtes. Quand tu as vraiment un truc à envoyer : « Réponds **GUIDE** et je te l'envoie. »

3.2

Une story qui marche

EXEMPLE · UNE COACH QUI AIDE LES FEMMES À QUITTER LES HOMMES QUI NE LES CHOISISSENT PAS



1 · Une coulisse
Ce que tu fais vraiment, là, maintenant.

2 · Ton avis
Ce que tu en penses. Ta façon de faire.

3 · Une question
Un sondage, une question ouverte. On te répond.

6 SONDAGES QUI FONT RÉPONDRE

1. Tu es célibataire, en couple, ou « c'est compliqué » ?
2. Le plus dur pour toi : partir ou ne pas revenir ?
3. Tu as déjà pardonné la même chose 3 fois : oui / non
4. Je fais une vidéo sur ___, ça t'aide ?
5. Tu veux mon guide ? Réponds « moi »
6. Il te répond vite, ou il te fait attendre ?

LA RÈGLE

Chaque réponse à un sondage = **un message perso de ta part**. « J'ai vu que tu as répondu “ne pas revenir”. Qu'est-ce qui te fait revenir, à chaque fois ? »

À RETENIR Une coulisse, ton avis, une question. Et chaque réponse reçoit un message perso de ta part : c'est là que les conversations commencent.

3.3

Utiliser un mot-clé pour ouvrir des DM

Il commente « GUIDE » sous ta vidéo → **Message auto** envoyé par ManyChat → **Il répond** à ta question → **Toi, en vrai** un vocal, dans l'heure

LE MESSAGE AUTOMATIQUE

« Hello ! Voici ton guide gratuit 👇 [lien] »

« Petite question : tu postes depuis combien de temps ? »

La question, c'est ce qui lance la conversation.

ENSUITE, TOI

Un vocal de 30 secondes qui rebondit sur sa réponse. Ta voix fait plus que 10 messages écrits.

L'OUTIL QUE JE RECOMMANDE : MANYCHAT

Il envoie le message à ta place, à chaque commentaire, même la nuit. Version gratuite pour tester, payante quand ça tourne.

1. Connecte ton compte Instagram pro à ManyChat.
2. Crée une automatisation : « commentaire contenant le mot-clé ».
3. Écris tes 2 messages : la ressource, puis ta question.

TON GUIDE GRATUIT · 3 RÈGLES

Un seul problème
Le plus petit problème de ta cible, réglé pour de vrai.

Utilisable aujourd'hui
Une checklist, une grille, un modèle. Pas un cours de 2 heures.

Une suite logique
Il règle un petit problème… et montre le grand, celui que règle ton offre.

À TOI

Mon mot-clé _____

Ce que j'envoie _____

Ma question automatique _____

3.4

Quoi écrire en DM



LE DÉROULÉ

1 Hello, voici ta ressource gratuite
Tu donnes tout de suite ce que tu as promis. Rien d'autre dans ce message.

2 Depuis combien de temps ?
Où il en est.

3 Qu'est-ce qui coince ?
Son problème, avec ses mots. Note-les.

4 Tu as testé quoi ?
Ce qui n'a pas marché. Ce que tu ne vas pas lui reproposer.

5 Je te fais une vidéo de 3 min ?
Tu donnes avant de demander. L'appel vient après la vidéo.

La vidéo de 3 minutes (un écran enregistré, toi qui commentes son profil) fait plus que n'importe quel argument. Il voit comment tu travailles, sur son propre compte. À la fin : « Si tu veux, on en parle 20 min cette semaine. »

En DM, tu ne vends rien. **Tu poses des questions, puis tu donnes quelque chose d'utile.**

3.5 · À TOI · 20 MIN

À REMPLIR

Écrire ton script DM

1 Ma question automatique

« Petite question : … » (juste après le message avec ta ressource)

2 Mes 2 questions de suite

Ce qui coince · ce qu'il a déjà testé

3 Ce que je donne

Une vidéo de 3 min sur son profil, un modèle, une ressource précise

4 Ma proposition d'appel

« On en parle 20 min cette semaine ? Mardi 18 h ou jeudi midi ? »

IL NE RÉPOND PLUS ?

J+2 Tu réagis à une de ses stories.

J+5 Tu lui envoies une de tes vidéos qui répond à son problème.

J+10 Un dernier message court, qui lui laisse la porte ouverte. Puis tu lâches.

Écris ton script une fois. Puis **adapte-le à chaque personne** : un mot de sa réponse dans chacun de tes messages.

04

Transformer en clients

« J'ai des messages, mais personne ne signe. »

Souvent, ce n'est pas un problème de vente.
C'est une offre floue, ou un rythme qu'on ne tient pas.

À LA FIN DE CETTE PARTIE

- ✓ Ton offre tient en une phrase.
- ✓ Tu mènes un appel où c'est lui qui parle.
- ✓ Un tournage te donne 2 semaines de contenu.
- ✓ Chaque dimanche, tu sais quoi refaire.

4.1

Formuler ton offre en une phrase

CE QUE J'AI CHANGÉ DANS MA PROPRE OFFRE

AVANT
« 30 Reels montés par mois »

→

APRÈS
« Un compte qui te ramène des clients »

Personne ne veut du montage. On veut ce que le montage rapporte. Même travail, autre promesse.

QUI	→	SITUATION	→	PROBLÈME	→	RÉSULTAT
précisément		**où il en est**		**ce qui coince**		**ce qu'il veut**

TON OFFRE EN UNE PHRASE

J'aide [qui] qui [situation] à [résultat], sans [ce qu'il ne veut plus subir].

UN SEUL PROBLÈME

Tu proposes de tout régler ? Il ne sait pas par où commencer, alors il ne commence pas. Choisis le problème qui, une fois réglé, débloque le reste.

LE TEST

Lis ta phrase à quelqu'un de ta famille. S'il répond « c'est-à-dire ? », elle est encore floue.

À RETENIR On n'achète pas ce que tu fais, on achète le résultat. Une cible, un problème, un résultat : le tout en une phrase.

4.2

Mener un appel de vente en 4 temps

1
Où tu en es
Sa situation, ses chiffres.

2
Ce que ça te coûte
Du temps, de l'argent, du moral. Il le dit lui-même.

3
Le chemin
Ta méthode en 3 étapes, appliquée à son cas.

4
On le fait ensemble ?
Ta proposition, ton prix. Puis tu te tais.

Lui qui parle : 60 % de l'appel

3 QUESTIONS À GARDER SOUS LES YEUX

1 *« Aujourd'hui, ton compte t'amène combien de clients par mois ? »*

2 *« Ça dure depuis combien de temps ? Ça t'a coûté quoi ? »*

3 *« Si dans 3 mois c'est réglé, ça change quoi pour toi ? »*

NOTE SES MOTS EXACTS

Ce qu'il te dit en appel, ce sont tes prochains hooks. Une phrase qui revient chez 3 prospects, c'est une vidéo.

APRÈS LE PRIX

Silence. Le premier qui reparle, c'est lui. S'il hésite : « Qu'est-ce qui te fait hésiter ? » Et tu écoutes.

À RETENIR Il parle, tu écoutes. Tu poses tes 3 questions, tu donnes ton prix, puis tu te tais.

4.3

Produire 15 contenus avec un seul tournage

1 après-midi de tournage
5 idées · 1 tenue · 1 lumière

Vidéo 1	Vidéo 2	Vidéo 3	Vidéo 4	Vidéo 5
= 3 contenus	= 3 contenus	= 3 contenus	= 3 contenus	= 3 contenus

5 vidéos × 3 = **15 contenus**, soit 2 semaines de publication.

UNE VIDÉO DEVIENT 3 CONTENUS

1
Le Reel
La vidéo montée, telle quelle.

2
Le même Reel, autre hook
Tu changes juste la 1re phrase et le texte en haut. Une semaine plus tard.

3
Un carrousel
Des captures de la vidéo, avec les idées clés en texte.

ÉTAPE PAR ÉTAPE

1	**Prépare 5 idées**	Dans ton carnet, avec la 1re phrase de chaque vidéo.
2	**Tourne tout d'affilée**	Une tenue, une lumière. Change juste de coin entre deux vidéos.
3	**Range tout de suite**	Un dossier par vidéo sur ton téléphone : « Vidéo 1 », « Vidéo 2 »… Tu ne cherches rien au montage.
4	**Monte, puis décline**	Chaque vidéo montée devient ses 3 contenus.
5	**Programme**	2 semaines de publication d'un coup.

À RETENIR Un seul tournage, 15 contenus, 2 semaines d'avance. Une grippe, un voyage : ton compte continue de publier.

4.4

Bien cadrer ta vidéo en selfie



Ton écran, tel qu'on le voit sur Instagram

1 La headline (hook texte)
En haut, entre 15 % et 30 % de la hauteur. Fond blanc, texte noir, 2 lignes maximum. On la lit avant même d'entendre ta voix.

2 Ton visage
Au centre de l'écran, les yeux un peu au-dessus du milieu. Laisse de l'air au-dessus de ta tête pour la headline.

3 Les sous-titres
Sous ton menton, vers 65 à 75 % de la hauteur. Gros, gras, 3 à 4 mots à la fois.

! La safe zone Instagram
Les zones hachurées sont cachées par l'appli : le haut, le bas (ton pseudo, ta légende, la musique) et la colonne de droite (j'aime, commentaires, partage). Rien d'important dedans.

Téléphone à hauteur des yeux
Bras tendu ou trépied. Jamais filmé d'en bas.

La lumière face à toi
Une fenêtre devant toi, pas derrière.

Format vertical 9:16
Plein écran. Vérifie ton cadre avec la grille de l'appareil photo.

À RETENIR Visage au centre, hook en haut, sous-titres sous le menton. Et rien dans les zones que l'appli recouvre.

4.5

Tester, analyser, refaire

LE JOUEUR

« Je le sens, celle-là va exploser. »
Il gagne parfois. Sur la durée, il perd.

LE COMPTEUR DE CARTES

« Ce sujet a marché 4 fois sur 7. Je le refais. »
Il perd souvent. Sur la durée, il gagne.

La plupart des posts vivent 48 heures. Un flop n'est pas un échec : c'est une donnée.

1 · TU PUBLIES

Une idée, un format, un hook.

›

2 · 48 H APRÈS

Abonnés gagnés, temps de visionnage.

›

ÇA MARCHE

Refais-la en variante.

ÇA NE MARCHE PAS

Change 1 seul élément. Reteste.

DE 0 À 10 000 ABONNÉS

La quantité

Beaucoup de tests, peu d'effort par test. Pas de montage sur un essai.

APRÈS 10 000

La qualité

Tu refais ce qui a marché, en mieux. Là, ça vaut le coup de soigner.

ENSUITE, LA RÈGLE 70 / 20 / 10



Ne saute jamais les 10 %. C'est là que tu trouves ton prochain format, avant que ton public se lasse de l'actuel.

4.6 · 10 MIN CHAQUE DIMANCHE

À REMPLIR

Suivre tes chiffres chaque semaine

DATE	VIDÉO	RÔLE	VUES	ABONNÉS +	DM	CLIENTS

OÙ ÇA COUPE ?

Peu de vues
Ta cible, ton hook, ton format.
→ p. 6

Des vues, pas d'abonnés
Ton profil, le rôle de chaque vidéo.
→ p. 25

Des abonnés, pas de DM
Tes stories, ton mot-clé.
→ p. 32

Des DM, pas de clients
Ton offre ou ton appel.
→ p. 38

Tu trouves la coupure, **tu changes une seule chose**, et tu compares au dimanche suivant.

Ton plan d'action sur 30 jours

Coche au fur et à mesure. Si tu bloques, la page est indiquée.

SEMAINE 1

Ton socle

- [ ] Fais le diagnostic p. 5
- [ ] Écris ta cible et ton offre en une phrase p. 39
- [ ] Refais ta bio et tes 3 posts épinglés p. 31

SEMAINE 2

Tu tournes

- [ ] Écris ta première vidéo entonnoir p. 16
- [ ] Une idée par soir dans ton carnet p. 17
- [ ] Un après-midi de tournage, 5 vidéos p. 24
- [ ] Publie 3 vidéos, une par rôle p. 27

SEMAINE 3

Tu ouvres des conversations

- [ ] Active ton mot-clé et ta question auto p. 35
- [ ] Stories : coulisse, avis, question p. 34
- [ ] Écris ton script DM, ouvre 5 conversations p. 37

SEMAINE 4

Tu mesures

- [ ] Remplis ton tableau du dimanche p. 44
- [ ] Refais en mieux la vidéo qui t'a amené le plus d'abonnés p. 43
- [ ] Refais le diagnostic et compare p. 5

Tu ne passes pas à la semaine suivante tant que la précédente n'est pas cochée. Tu décales, tu ne sautes pas.

Checklist avant de publier

Imprime cette page. Garde-la à côté de ton téléphone.

AVANT DE TOURNER

- [ ] Je sais à qui je parle : une seule personne.
- [ ] Ma passerelle parle à plus de monde que ma niche, et mène à elle.
- [ ] Je sais si la vidéo doit attirer, rassurer ou vendre.
- [ ] Il y a un moment de ma vraie vie dedans.

AVANT DE PUBLIER

- [ ] Le hook joue sur la phrase, l'image et l'action.
- [ ] Je l'ai lu à voix haute : compris en 2 secondes.
- [ ] Personne d'autre n'aurait pu poster ça mot pour mot.

APRÈS LA PUBLICATION

- [ ] Je réponds aux commentaires dans l'heure, avec une question.
- [ ] Je la partage en story avec un sondage.
- [ ] Sous 48 h : vues, abonnés gagnés, DM dans mon tableau.

Publier, c'est ouvrir la porte. **Répondre, c'est faire entrer.**

BONUS

20 modèles de hooks

Remplace ce qui est [entre crochets] par les mots exacts de ta cible.

Puis dis-le comme tu parles. Pas comme c'est écrit.

CURIOSITÉ

> Personne ne te dit ça quand tu veux [objectif].
>
> Je viens de comprendre pourquoi [problème].
>
> Un client m'a dit une phrase hier. J'y pense encore.
>
> Regarde ça, et dis-moi si tu fais pareil.

ERREUR

> Tu veux [objectif] ? Arrête de [action].
>
> L'erreur de tous les [cible] qui débutent.
>
> Ce détail te coûte [chose précise].
>
> J'ai fait cette erreur pendant [durée].

MÉTHODE

> 3 étapes pour [objectif], même si [obstacle].
>
> Si je repartais de 0 demain, je ferais ça.
>
> Comment j'ai [résultat] en [durée].
>
> Fais ça avant ton prochain [moment].

AVIS

> Avis impopulaire : [conseil connu] ne sert à rien.
>
> On t'a menti sur [sujet].
>
> Tout le monde dit [conseil]. Je pense l'inverse.
>
> Je vais me faire des ennemis, mais [opinion].

HISTOIRE

> En [mois], j'ai failli tout arrêter.
>
> Je n'aurais jamais cru dire ça un jour.
>
> Ce message de client a tout changé.
>
> Voilà ce qui s'est passé quand j'ai [action].

5 prompts IA prêts à copier

ChatGPT ou Claude. Remplace chaque [crochet] par tes vrais mots.

À coller à la fin de chaque prompt : « Tutoiement, phrases courtes, aucun jargon, pas d'emoji. N'invente ni chiffre ni citation. S'il te manque une info, demande-la avant d'écrire. »

01 · Ma cible, avec ses mots

Voici [10 messages ou notes d'appels, sans les noms]. Je vends [mon offre]. Liste les problèmes qui reviennent, avec les mots exacts des gens. Puis décris ma cible en une phrase : sa situation, ce qui coince, ce qu'elle veut.

02 · 10 vidéos depuis mon carnet d'idées

Voici mes idées de la semaine, des moments vécus : [colle-les]. Ma cible : [ ]. Pour chacun, propose une vidéo : la première phrase (moins de 12 mots), le format, et son rôle (attirer, rassurer ou vendre).

03 · Un making-of en 4 étapes

Écris un script de 40 secondes à la première personne sur : [ce que j'ai fait]. 4 étapes : où j'en étais, ce que j'ai fait, le résultat ([mon chiffre]), ce que la personne peut en faire. Donne 3 hooks différents.

04 · Mes 3 posts épinglés

Mon métier : [ ]. Ma cible : [ ]. Mon histoire en vrac : [ ]. Ma façon de travailler en étapes : [ ]. Un résultat client : [ ]. Écris les 3 posts épinglés : qui je suis (Reel 45 s), ce que je fais (carrousel 7 slides), ce que ça donne (cas client).

05 · Répondre à un DM

Un prospect m'écrit : [son message]. Écris ma réponse : je rebondis sur un mot de son message et je pose une seule question ouverte. Aucun lien, aucune vente. Puis une relance douce pour J+5.

L'IA écrit le premier jet. **Toi, tu remets tes mots, tes histoires, ta voix.**

Passer à l'action

Tu peux tout faire seul avec ce guide. Si tu veux aller plus vite, on peut le faire ensemble.

OPTION 1 · SEUL

Tu suis le plan de 30 jours

Page 45, une case à la fois. Tu testes, tu te trompes, tu corriges. C'est gratuit. Ça prend plus de temps.

OPTION 2 · ACCOMPAGNÉ

On le fait ensemble

Personal Brand Growth : je regarde ton compte, ton offre, tes vidéos. On construit ta stratégie et on corrige ce qui bloque, session après session.

POUR EN PARLER

Écris-moi en DM sur Instagram.

Dis-moi où tu en es. Je te réponds moi-même, et je te dis si je peux t'aider.

@numb.erwan · viralediting.fr