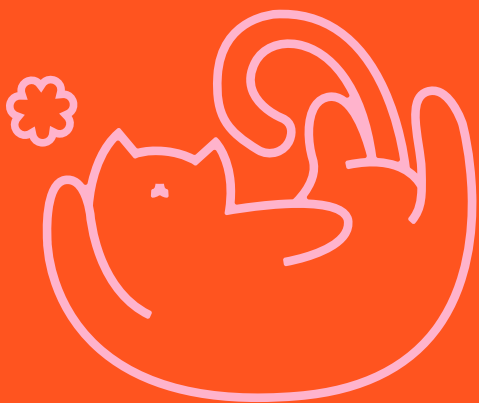




LA
**FINE
PATTE**

Communication — conseils

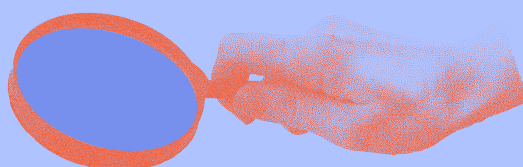
**Communiquer et attirer des
clients
*sans se trahir***



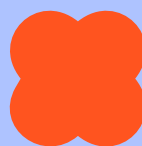
en 2025



vers une communication plus juste ✕



01. INTRODUCTION



01. INTRODUCTION

INTRODUCTION



Dans un monde saturé d'informations, communiquer est devenu un défi quotidien. Il faut être visible, intéressant, clair, régulier, authentique... tout ça dans un espace où l'attention moyenne a chuté de 12 à 8 secondes. Mais ce n'est pas tout. En plus d'essayer de capter l'attention, il faut composer avec la pression que l'on peut ressentir sur les réseaux : les caprices de l'algorithme, la comparaison avec des comptes qui nous paraissent plus avancés que nous, et cette impression nous fait croire que l'on n'en fait jamais assez. À force de vouloir bien faire, on finit parfois par perdre le fil de ce que l'on voulait vraiment dire au départ.

Et rassurez-vous : c'est normal de se sentir dépassé, éparpillé ou bloqué. Ce n'est pas un manque de talent ou de motivation, mais simplement la conséquence d'un écosystème complexe qui n'a jamais demandé autant d'énergie. C'est justement ce que l'on va essayer de démêler ensemble.

Avant de voir comment faire autrement, il est important de comprendre pourquoi tant de communications ne fonctionnent pas aujourd'hui.



01. INTRODUCTION



Je suis Alexia Beaume, fondatrice de La Fine Patte, studio-conseil créatif. Depuis trois ans, j'accompagne des artistes, des écoles, des entrepreneurs engagés et des porteurs de projets à impact pour leur permettre d'exprimer ce qu'ils font, ce qu'ils sont et ce qu'ils incarnent avec clarté, sincérité et impact.

Si je crée ce livre blanc aujourd'hui, c'est pour une raison simple : On vous a demandé de communiquer, mais on ne vous a jamais appris comment faire.

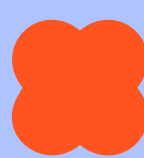
Et ce n'est pas votre faute.

Ce livre est là pour remettre les choses à plat, vous donner un cadre clair et vous transmettre une partie de la méthode que j'utilise chaque jour avec mes clients. Le problème n'est pas individuel, il est collectif.



02. POURQUOI VOTRE COMMUNICATION NE FONCTIONNE PAS

(ET CE N'EST PAS DE VOTRE FAUTE)

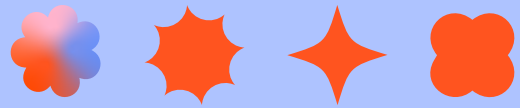


02. POURQUOI VOTRE COMMUNICATION NE FONCTIONNE PAS

(ET CE N'EST PAS DE VOTRE FAUTE)

2. POURQUOI VOTRE COMMUNICATION NE FONCTIONNE PAS

(ET CE N'EST PAS DE VOTRE FAUTE)



Nous vivons dans une société saturée :

- trop de messages,
- trop de conseils contradictoires,
- trop de formats à produire,
- trop de faux bons conseils qui fatiguent et culpabilisent



Au fil de mes accompagnements, j'ai constaté que les difficultés en communication ne viennent presque jamais d'un manque de motivation ou d'un manque de talent. Elles viennent d'autre chose, de plus simple et de plus humain : un manque de structure, un manque de clarté, et parfois un manque de confiance.

Et pourtant :

👉 ce n'est pas un manque de talent, c'est un manque de structure.

On vous a dit :

“Fais plus de posts.”

“Lance une newsletter.”

“Montre-toi davantage.”

Mais sans vision, sans positionnement clair, sans messages alignés... rien ne fonctionne. Se lancer de partout, tout de suite, n'est également pas une stratégie mais une dispersion, qui n'est pas tenable sur le long terme.

Les personnes que j'accompagne me disent souvent :



« J'ai l'impression de donner de l'énergie dans le vide »

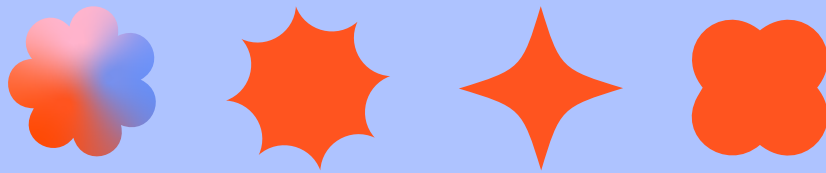
« Je ne me sens pas légitime »

« Je n'ai pas le temps »

« J'ai peur de me montrer »

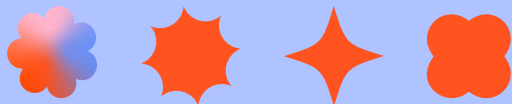
« J'ai l'impression d'être noyé·e parmi toutes les autres personnes »

03. LES ERREURS QUI SABOTENT VOTRE VISIBILITÉ



03. LES ERREURS QUI SABOTENT VOTRE VISIBILITÉ

3. LES ERREURS QUI SABOTENT VOTRE VISIBILITÉ



Chez les entrepreneurs, artistes, thérapeutes, porteurs de projets que j'accompagne, trois erreurs reviennent régulièrement :

1. Vouloir tout dire, trop vite

En mélangeant informations, valeurs, offres, histoires personnelles... dans un même contenu.
Résultat : on ne retient rien.

2. Copier ce qui marche chez les autres

En reproduisant des formats ou des messages qui ne correspondent pas à votre personnalité ni à vos objectifs.
Résultat : votre communication sonne faux, et vous n'attirez pas les bonnes personnes.

3. Changer de message ou de positionnement tous les mois

Parce que vous doutez, vous comparez, ou vous n'avez pas encore clarifié votre direction.
Résultat : votre audience ne comprend plus ce que vous faites, et vous non plus, parfois.

4. Vouloir être de partout, tout de suite

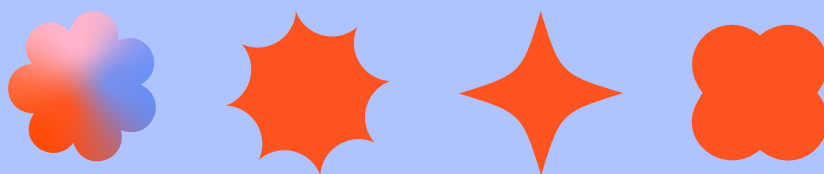
Instagram, LinkedIn, site web, newsletter, vidéos... et tout ça en même temps, sans stratégie ni priorités.
Résultat : vous vous dispersez, vous vous épuisez, et vous avez l'impression de n'être bon(ne) nulle part.

5. Ne jamais se montrer

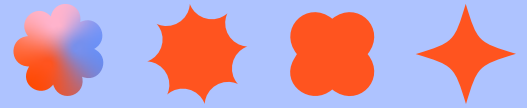
Parce que vous avez peur d'être jugé(e), de mal faire, ou de prendre trop de place.
Résultat : votre audience ne sait pas qui vous êtes, ne peut pas se connecter à vous, et votre communication manque de chaleur et de présence.

Se montrer ne signifie pas forcément faire des vidéos face cam. Cela peut être une voix off, une mascotte, une manière de parler très singulière. Mais il faut que l'on puisse voir de vous.

04. LA MÉTHODE FINE PATTE



04. LA MÉTHODE FINE PATTE



Etape 1

Analyse



OBSERVER AVANT D'AGIR

Avant même de penser aux contenus ou aux réseaux sociaux, on commence par observer.

Observer votre écosystème, votre secteur, votre environnement concurrentiel, mais aussi votre manière actuelle de communiquer. Cette phase d'analyse est essentielle : elle permet de comprendre ce qui se joue autour de vous avant d'agir.

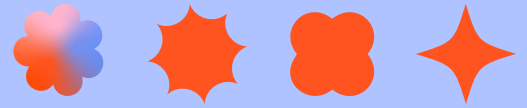
CLARIFIER LES FONDATIONS

Concrètement, cette étape permet de clarifier plusieurs points fondamentaux : à qui vous vous adressez réellement, ce qui vous différencie des autres acteurs de votre secteur, ce que votre marché attend et quels leviers sont réellement pertinents à activer dans votre situation.

ÉVITER LES EFFORTS INUTILES

Prendre le temps d'analyser, c'est éviter de communiquer à l'aveugle.

C'est aussi ce qui permet, dans la majorité des cas, d'éviter une grande partie des efforts inutiles, des actions dispersées et de la fatigue liée à une communication mal orientée. Elle vous permet de repartir avec une base solide et actualisée.



Etape 2

Positionnement



DÉFINIR LA PLACE QUE VOUS OCCUPEZ

Le positionnement est sans doute l'étape la plus décisive dans la construction d'une stratégie de communication. Il définit la manière dont votre offre s'inscrit dans son environnement : la place que vous choisirez d'occuper, la perception que l'on aura de vous et la raison pour laquelle on vous choisira plutôt qu'un autre acteur du même secteur.

CLARIFIER VOTRE VALEUR SINGULIÈRE

Il ne s'agit pas simplement de décrire ce que vous faites, mais de clarifier votre angle, votre identité et votre valeur singulière. Le positionnement met en lumière votre plus-value réelle : celle qui ne se retrouve nulle part ailleurs et qui, une fois formulée, devient votre repère stratégique.

COMPRENDRE PAR UN EXEMPLE CONCRET

Deux épiceries peuvent vendre exactement les mêmes produits : fruits, légumes, vins, fromages. Pourtant, leur positionnement change tout.

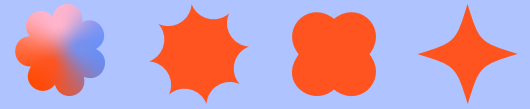
L'une se présente comme une épicerie du quotidien, pratique et accessible.

L'autre adopte un positionnement plus haut de gamme, orienté plaisir et qualité.

Deux offres similaires en apparence, mais deux places très différentes dans l'esprit des clients, et donc deux stratégies de communication distinctes.



04. LA MÉTHODE FINE PATTE



METTRE DES MOTS SUR CE QUI ÉTAIT DIFFUS

Ce travail de positionnement est souvent transformateur. Il met des mots sur des intuitions, révèle des forces que l'on ne percevait plus et permet de comprendre ce que l'on apporte réellement d'unique. Beaucoup de personnes pensent manquer de légitimité, alors qu'elles manquent simplement de formulation.

LES FONDATIONS DU POSITIONNEMENT

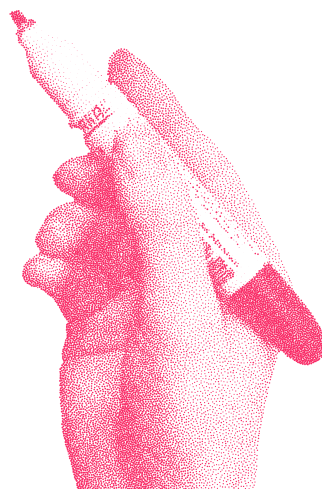
Dans cette étape, nous travaillons ensemble sur :

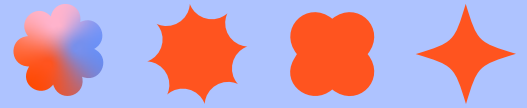
- votre identité et votre manière d'être,
- vos valeurs,
- vos messages clés,
- votre tonalité,
- les preuves de votre expertise,
- ce que vous apportez que personne n'apporte exactement comme vous.

LES EFFETS D'UN POSITIONNEMENT CLAIR

Un positionnement juste crée un avant/après immédiat : vous attirez les bonnes personnes plus naturellement, vous gagnez en clarté, vous prenez confiance et votre message devient enfin audible.

On reconnaît un bon positionnement à trois choses : il est simple, crédible et distinctif.





Etape 3

Plan d'action



PASSER DE LA CLARTÉ À L'ACTION

Une fois l'analyse et le positionnement posés, vient la phase concrète : celle où la stratégie prend forme dans le quotidien. C'est ici que l'on transforme la clarté en actions, sans tomber dans l'épuisement ou la dispersion.

STRUCTURER SANS RIGIDIFIER

Il ne s'agit pas simplement de décrire ce que vous faites, mais de clarifier votre angle, votre identité et votre valeur singulière. Le positionnement met en lumière votre plus-value réelle : celle qui ne se retrouve nulle part ailleurs et qui, une fois formulée, devient votre repère stratégique.



04. LA MÉTHODE FINE PATTE



LES QUATRE PILIERS DU PLAN D'ACTION

1. Les objectifs

Définir ce que votre communication doit réellement accomplir : visibilité, crédibilité, lien, conversion ou lancement. Des objectifs clairs évitent l'accumulation de contenus inutiles et permettent de prioriser.

2. Les axes éditoriaux

Les grandes familles de sujets qui découlent de votre positionnement et garantissent une communication cohérente et reconnaissable.

3. Les formats

Choisir des formats que vous pouvez tenir dans la durée : posts, stories, site web, newsletter... L'enjeu n'est pas d'être partout, mais d'être juste.

4. Le calendrier

Un cadre temporel réaliste, non contraignant, qui sécurise votre communication et laisse de la place à la créativité.

CE QUE CHANGE UN BON PLAN D'ACTION

Lorsque le plan d'action est clair, tout devient fluide :

✨ Vous savez quoi dire, comment le dire et pourquoi vous le dites.

✨ Vous n'improvisiez plus : vous avancez.

✨ Vous gagnez du temps et de l'énergie.

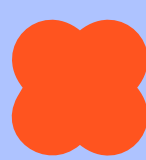
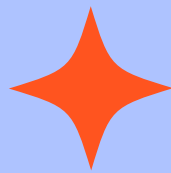
✨ Vous développez une régularité qui ne repose pas sur la motivation, mais sur la structure.

✨ Vous communiquez sans vous trahir, parce que tout est aligné à votre identité.

C'est le moment où la communication cesse d'être une charge mentale et devient un levier de croissance, un prolongement naturel de votre projet.

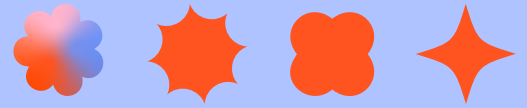


05. QUELQUES EXERCICES PRATIQUES



05. QUELQUES EXERCICES PRATIQUES

05. QUELQUES EXERCICES PRATIQUES



Le test du pitch



Étapes

- Expliquez votre projet à quelqu'un (1 minute).
- Cette personne doit le reformuler avec ses propres mots (1 minute).
- Comparez ce qui a été compris / oublié / déformé.

Finalité

👉 Si quelqu'un n'arrive pas à expliquer votre projet, ce n'est pas votre talent qui manque : c'est la structure.

Cet exercice permet de vérifier si votre message est suffisamment clair, hiérarchisé et compréhensible, même pour une personne extérieure à votre univers.

Il met aussi en lumière ce qui ressort spontanément de votre discours, ce qui est oublié et ce qui est déformé. Autant d'indicateurs précieux pour ajuster votre pitch, affiner votre positionnement et clarifier vos messages clés.

Un pitch clair n'a pas besoin d'être long ou parfait : il doit surtout être juste. Quand la structure est bonne, la confiance suit, et la communication devient beaucoup plus fluide.

05. QUELQUES EXERCICES PRATIQUES



Les 3 piliers de votre ligne éditoriale ✕

Étapes

Notez :

- un thème sur ce que vous faites,
- un thème sur vos valeurs,
 - un thème sur votre client idéal.

Finalité

En identifiant ces trois piliers, vous venez de poser la base d'une ligne éditoriale claire et équilibrée.

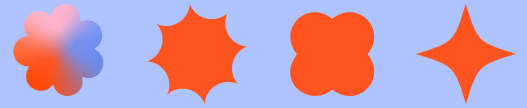
Cette structure vous permet d'éviter la dispersion, de ne plus vous demander sans cesse "quoi publier" et de garantir une cohérence dans le temps.

Ces trois thèmes deviennent vos repères : ils assurent un juste équilibre entre ce que vous faites, ce qui vous anime et ce qui intéresse réellement votre audience. À partir de là, votre communication gagne en clarté, en lisibilité et en régularité...

sans jamais perdre en sincérité.



05. QUELQUES EXERCICES PRATIQUES



Les 3 piliers de votre ligne éditoriale ✕

Exemple

Prenons l'exemple d'une thérapeute indépendante.

Son activité : elle accompagne des personnes stressées et fatiguées, à retrouver de l'équilibre au quotidien.

Ses 3 piliers éditoriaux pourraient être :

Ce qu'elle fait

- Des contenus pédagogiques sur les outils qu'elle utilise : explications simples de ses pratiques, conseils concrets pour apaiser le stress, réponses aux questions fréquentes de ses patients.

Ce qui l'anime

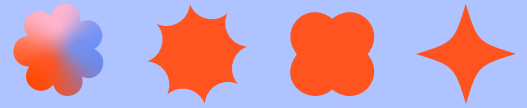
- Des contenus plus personnels autour de sa vision du soin, de son rapport au corps et au temps, de ce qui l'a menée à exercer ce métier, de ses valeurs et de sa manière d'accompagner.

Son client idéal

- Des contenus qui parlent directement à sa cible : leurs blocages, leurs doutes, leurs problématiques du quotidien, des situations dans lesquelles ils peuvent se reconnaître.

Grâce à cette structure, elle ne se demande plus quoi publier. Elle alterne naturellement entre ces trois piliers, ce qui rend sa communication lisible, cohérente et humaine, sans jamais tomber dans la répétition ou la promotion forcée.

05. QUELQUES EXERCICES PRATIQUES



Pourquoi vous, vraiment ?



Étapes

Question simple, mais puissante :

Qu'apportez-vous que personne n'apporte exactement comme vous ?

Notez sans filtre.

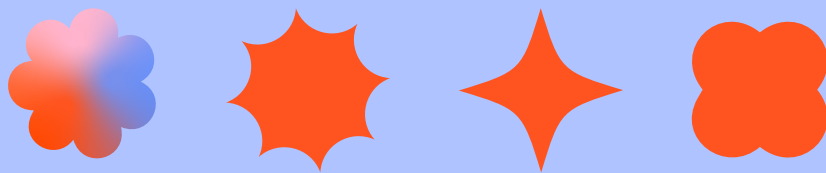
Finalité

En répondant à cette question, vous venez de toucher à votre unicité. Une unicité qui se dessine à travers votre parcours, votre sensibilité, votre manière de faire et votre regard sur les choses.

Cet exercice permet de sortir de la comparaison et de la peur de “ne pas être assez différent”. Il ne s'agit pas d'inventer quelque chose de nouveau, mais de reconnaître ce que vous faites déjà, naturellement, et que personne ne fera exactement de la même manière que vous.

Cette prise de conscience devient un socle précieux pour votre positionnement, vos messages et votre communication globale.





06. LE QUIZ POUR VOUS POSITIONNER

06. LE QUIZ POUR VOUS POSITIONNER



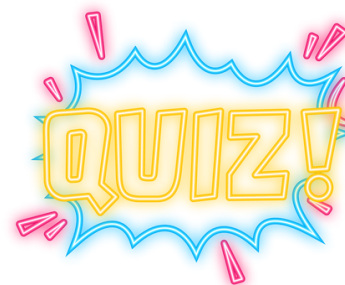
Pour rendre ce livre blanc encore plus concret, j'ai créé spécialement un quiz de positionnement communicationnel.

Il a un objectif simple : vous aider à comprendre où vous en êtes réellement aujourd'hui, en quelques minutes, et identifier ce qui vous manque pour avancer avec plus de clarté.

Ce quiz a été conçu à partir des problématiques que je rencontre chaque jour dans mes accompagnements : manque de structure, incohérences dans le message, choix de canaux hasardeux, difficultés à se positionner, dispersion dans les contenus, absence de fil conducteur...

En répondant aux questions, vous pourrez évaluer :
si vous communiquez aux bons endroits,

- si votre positionnement est suffisamment clair,
- si votre identité et vos messages sont cohérents,
- si votre stratégie est alignée à vos objectifs,
- si votre visibilité actuelle est à la hauteur de votre potentiel.



L'objectif n'est pas de vous évaluer, mais de vous donner une lecture honnête, simple et utile de votre situation actuelle. Parce que lorsque l'on sait précisément où l'on en est, on sait beaucoup mieux quoi faire ensuite.

✓ Après le quiz : un retour personnalisé

À la suite de vos réponses, je vous enverrai un mail personnalisé, dans lequel vous recevrez :

- un audit express de votre communication actuelle,
- un décryptage de vos forces et de vos zones d'amélioration,
- les 3 axes prioritaires sur lesquels vous concentrer dans les prochaines semaines.

Ce n'est pas un retour automatisé : c'est un regard extérieur, construit sur mesure, qui vous permettra de comprendre exactement ce qui mérite votre attention et ce que vous pouvez mettre en place immédiatement pour avancer.

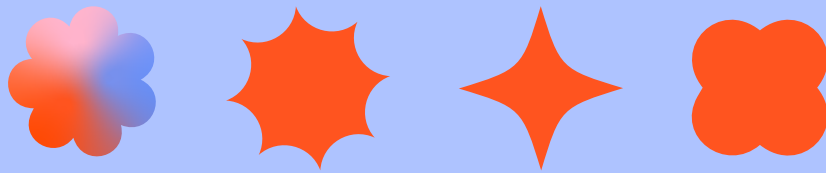
06. LE QUIZ POUR VOUS POSITIONNER



CLIQUEZ JUSTE ICI



Je me lance !



07. RESULTATS & TRANSFORMATIONS



中孚 ÉCOLE
zhong fu

01

Ecole de Médecine Traditionnelle Chinoise

Problématique rencontrée

L'école lançait une nouvelle formation, avec une cible et un positionnement distincts de sa formation initiale. L'enjeu était double : faire connaître cette nouvelle offre auprès de professionnels du bien-être, tout en construisant un discours clair, crédible et différenciant, dans un laps de temps réduit.

Au-delà de ce lancement, l'école avait également besoin d'un accompagnement global et structurant sur la durée. Pendant deux ans, je les ai accompagnés dans la définition et l'affinage de leur stratégie globale : positionnement éditorial, écriture et structuration des contenus, ainsi que conseils stratégiques pour assurer une communication cohérente, lisible et alignée avec leurs valeurs.

Résultats

- Visibilité renforcée
- Cohérence stratégique
- Nouvelle formation lancée
- Positionnement clarifié



02

Lou-Anna et Alexandre - Talents créatifs

Problématique rencontrée

Lou-Anna évolue dans un univers hybride : elle est à la fois professeure de mouvement, photographe, et créatrice de contenus. Cette pluralité, riche mais exigeante, rendait sa communication difficile à structurer. Elle avait tendance à se disperser, à mélanger ses casquettes, et à perdre en lisibilité. Son principal défi était de clarifier son identité éditoriale pour que son audience comprenne réellement qui elle est, ce qu'elle propose et comment naviguer dans son univers créatif sans confusion.

07. RESULTATS & TRANSFORMATIONS



De son côté, Alexandre voyait son compte se développer rapidement, mais cette croissance s'accompagnait de nouvelles questions : comment communiquer avec des marques ? Comment se positionner face à des opportunités grandissantes ? Comment structurer ses prises de parole pour rester cohérent, professionnel et fidèle à son style tout en répondant aux attentes de partenaires potentiels ?

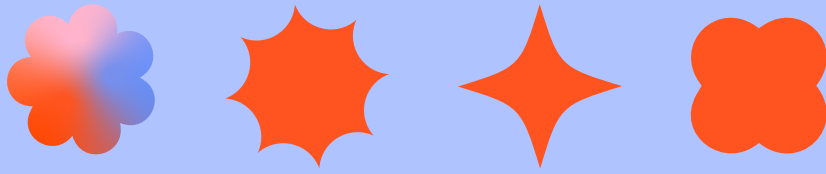
Tous deux partageaient un même besoin : donner une direction claire à leur communication, affirmer leur posture, et retrouver une fluidité dans leur manière de se présenter au monde.

Résultats

- Identité éditoriale claire
- Posture affirmée
- Nouveaux projets
- Plus grande fluidité dans leur communication publique

**Avant, leur communication demandait beaucoup d'énergie.
Aujourd'hui, elle est plus fluide, plus lisible et plus alignée.**

08. CONCLUSION



08. CONCLUSION

08. CONCLUSION



Votre communication n'est pas un exercice de performance. C'est un espace d'alignement, d'expression et de cohérence. Si votre communication est trop éloignée de qui vous êtes vraiment, cela se ressent.

Avec une bonne structure, une vision claire et un positionnement solide, vous pouvez créer une communication :

- ✨ fluide,
- ✨ impactante,
- ✨ sincère,
- ✨ naturelle,
- ✨ et durable.

J'espère que ce livre blanc vous aura permis de retrouver un peu de clarté et d'apaisement dans votre communication.

Et si vous souhaitez aller plus loin, explorer votre stratégie en profondeur et construire une communication qui vous ressemble vraiment...

Alors je serai ravie de travailler avec vous.



Lou-Anna Ciesla
7 avis · 4 photos



★★★★★ il y a 4 mois

Alexia et sa bienveillance ainsi que son écoute a su répondre parfaitement à mes envies, j'ai beaucoup apprécié les nombreuses discussions, la flexibilité et l'humanité qu'elle a apporté au projet. Merci encore, je saurai faire, de nouveau, appel à ses services !

Visité en juin



Alexia
Local Guide · 46 avis · 8 photos



★★★★★ il y a 3 mois

Je connais Alexia depuis de nombreuses années et ai eu la chance de collaborer avec elle à plusieurs reprises sur des projets variés. Son professionnalisme, sa créativité et son sens de l'écoute font toute la différence. Je la recommande les yeux fermés et lui souhaite tout le succès qu'elle mérite !



approdution.mp4
4 avis



★★★★★ il y a 4 mois

Toujours un plaisir de collaborer avec Alexia. Elle comprend vite les enjeux, répond avec précision, et sait toujours justifier ses choix avec clarté, c'est un vrai gain de temps et de qualité pour mes projets. Elle a su être professionnelle, réactive et juste, bref, une vraie alliée quand il faut aller droit au but ahah. Je recommande les yeux fermés !



Elora Giraud
4 avis



★★★★★ il y a 3 mois

J'ai eu la chance de travailler avec Alexia et je ne peux que la recommander chaleureusement. C'est une professionnelle dotée d'une rare qualité d'écoute, toujours bienveillante, patiente et humaine dans son approche.

Au-delà de ses compétences, c'est surtout sa présence et sa sensibilité qui font toute la différence. Une vraie alliée pour toute personne souhaitant faire avancer son projet avec sens et impact !

CONTACT



@la.fine.patte



bonjour@lafinepatte.fr



lafinepatte.fr



**Prendre rendez-vous
gratuitement**

