

PDF Premium

Transformer des avis clients en contenus

Le kit de production enrichi pour publier plus régulièrement, avec plus d'angles, plus de formats et plus de souplesse.

N°	Titre	Page
01	Mode d'emploi express	2
02	Hooks (35)	3 à 5
03	Modèles de posts (18)	6 à 8
04	Stories (10)	9
05	Carrousels (8)	10
06	Scripts vidéo (8)	11
07	CTA (20)	12
08	Exemples complets (6)	13
09	Bonus d'activation	14
10	Tableau Premium	15
11	Clôture + rappels utiles	16
12	Règles d'usage	17
13	Synthèse du kit	18
14	Récapitulatif visuel	19
15	Remerciement + licence	20

Mode d'emploi express

Six étapes simples pour transformer n'importe quel avis en contenu prêt à publier. Gardez cette logique en tête à chaque fois.



1. Choisir un avis

Repérez une idée forte : réassurance, résultat, accueil, écoute, recommandation, détail métier.



2. Choisir un angle

Décidez ce que vous voulez montrer : sérieux, confiance, simplicité, qualité perçue, gain de temps.



3. Choisir un format

Post pour aller vite, story pour publier léger, carrousel pour expliquer, vidéo pour rendre le message vivant.



4. Choisir un ton

Basique = simple et direct. **Pro** = structuré et crédible. **Sympa** = humain et chaleureux.



5. Adapter et publier

Reformulez avec votre vocabulaire, ajoutez un visuel simple, un CTA naturel, et publiez.



6. Construire votre post

Choisissez un hook, un message et un CTA, puis construisez votre post. Les bases sont déjà prêtes — vous pouvez tout personnaliser selon votre activité, votre style et vos clients.

i 1 contenu = 1 idée principale · 1 contenu = 1 ton principal · On reformule l'avis, on ne le copie pas · Un format simple et bien choisi vaut mieux qu'un contenu trop chargé.

Hooks — Accroches prêtes à adapter

35accrochesnumérotéespourouvriruncontenuàpartird'unavis.Choisissezl'angle,leton,puis adaptez.

Hook	Basique	Pro	Sympa
Hook 1 Réassurance	Quand un client parle de clarté, c'est rarement un détail.	La perception d'un service sérieux commence souvent par une expérience claire.	Ce retour dit l'essentiel : tout était simple dès le départ.
Hook 2 Ponctualité	Être à l'heure reste une vraie preuve de sérieux.	Le respect des délais fait partie intégrante de la qualité perçue.	Ce client a surtout retenu une chose : on a tenu parole.
Hook 3 Accueil	Un bon accueil change la suite de l'expérience.	La confiance s'installe souvent dans les premières minutes d'échange.	Parfois, ce qu'un client retient d'abord, c'est la façon dont il a été reçu.
Hook 4 Écoute	Être écouté, c'est déjà se sentir compris.	Un service pertinent commence par une écoute précise du besoin.	On ne cherche pas seulement à répondre vite, mais à vraiment comprendre.
Hook 5 Sérieux	Ce type d'avis rappelle qu'un travail sérieux se voit tout de suite.	Le professionnalisme ne se revendique pas : il se constate dans l'expérience client.	Ce retour fait plaisir parce qu'il parle de quelque chose d'essentiel : le sérieux.
Hook 6 Simplicité	Quand tout semble fluide pour le client, le travail en amont a été bien fait.	La simplicité perçue est souvent le signe d'une organisation solide.	Le meilleur compliment ? Quand le client dit que tout a été facile.
Hook 7 Résultat	Un bon avis vaut souvent parce qu'il parle d'un vrai résultat.	La crédibilité d'un message augmente quand le bénéfice est concret.	Ce client résume bien ce qu'on cherche : un résultat visible et rassurant.
Hook 8 Détail métier	Les détails que le client remarque ne sont jamais anodins.	La qualité perçue se construit souvent dans les points les plus concrets du service.	Ce retour montre qu'un petit détail peut faire une grande différence.
Hook 9 Première expérience	Le premier contact peut suffire à lever beaucoup de doutes.	Un bon démarrage réduit immédiatement la friction et renforce la confiance.	Même pour une première fois, ce client s'est senti à l'aise très vite.
Hook 10 Recommandation	Quand un client recommande, il prête aussi sa crédibilité.	La recommandation reste l'une des preuves sociales les plus fortes.	Ce qu'on aime dans ce type d'avis, c'est qu'il donne envie de nous faire confiance.
Hook 11 Disponibilité	Répondre au bon moment change souvent toute l'expérience.	La disponibilité perçue renforce la sensation d'accompagnement.	Ce client a surtout retenu qu'il n'a jamais eu l'impression d'être laissé seul.
Hook 12 Confiance	La confiance ne tombe pas du ciel : elle se construit dans l'échange.	Un avis qui parle de confiance dit souvent beaucoup plus qu'un simple compliment.	On lit parfois une phrase qui résume tout : je me suis senti en confiance.

Hooks — Suite

Hook	Basique	Pro	Sympa
Hook 13 Accompagnement	Être bien accompagné, c'est avancer sans se sentir perdu.	L'accompagnement rassure autant que le résultat final.	Ce retour montre qu'un client retient aussi la manière d'être guidé.
Hook 14 Régularité	Un bon avis ponctuel, c'est bien. Un retour qui revient souvent, c'est encore mieux.	La récurrence d'un point fort renforce sa crédibilité.	Quand plusieurs clients disent la même chose, ce n'est plus un hasard.
Hook 15 Rapidité de réponse	Parfois, une réponse rapide change déjà l'image du service.	La réactivité fait partie intégrante de l'expérience client.	Ce client a apprécié quelque chose de simple mais précieux : on lui a répondu vite.
Hook 16 Qualité perçue	Ce qui paraît soigné au client ne s'improvise pas.	La qualité perçue naît d'une somme de choix cohérents.	Ce retour parle d'une sensation qu'on veut toujours laisser : c'était net, propre, bien fait.
Hook 17 Fluidité	Quand le client dit que tout s'est enchaîné naturellement, c'est bon signe.	La fluidité du parcours client reste un excellent marqueur de professionnalisme.	Le mot qu'on aime lire ? Fluide.
Hook 18 Adaptation	Un bon service sait aussi s'adapter sans compliquer les choses.	L'adaptation donne au client le sentiment d'une réponse vraiment pertinente.	Ce client a senti qu'on ne lui proposait pas une solution toute faite.
Hook 19 Calme et maîtrise	Le calme rassure autant que la compétence.	La maîtrise se perçoit souvent dans une communication posée et claire.	Ce retour rappelle qu'un ton serein peut tout changer.
Hook 20 Expérience globale	Un client n'évalue pas seulement un résultat : il retient une expérience complète.	L'expérience globale donne plus de valeur qu'une simple prestation bien faite.	Ce qu'on aime ici, c'est que l'avis parle d'un ressenti d'ensemble.
Hook 21 Soin	Le soin apporté aux détails laisse rarement le client indifférent.	Le niveau d'attention visible nourrit immédiatement la confiance.	Ce client a remarqué ce qu'on voulait vraiment transmettre : du soin.
Hook 22 Fiabilité	Être fiable, c'est souvent ce que les clients recherchent avant tout.	La fiabilité reste une promesse simple, mais très différenciante.	Ce retour a quelque chose de précieux : il dit qu'on peut compter sur nous.
Hook 23 Explications claires	Bien expliquer, c'est déjà rendre ser vice.	La pédagogie rassure et réduit les hésitations du client.	Ce client a apprécié qu'on prenne le temps d'expliquer sans compliquer.
Hook 24 Relation client	Une relation simple et respectueuse marque plus qu'on ne le pense.	La qualité relationnelle soutient directement la perception de valeur.	Ce genre d'avis rappelle qu'on n'achète pas seulement un service, mais aussi une relation.

Hooks — Suite et fin

Hook	Basique	Pro	Sympa
Hook 25 Suivi	Le suivi après l'échange compte souvent autant que l'échange lui-même.	Un bon suivi prolonge la confiance au-delà de la prestation.	Ce client a senti qu'on restait présent même après.
Hook 26 Gain de temps	Faire gagner du temps est déjà un vrai bénéfice client.	La valeur perçue augmente quand le service simplifie concrètement le quotidien.	Ce retour dit quelque chose de très concret : on lui a facilité la vie.
Hook 27 Sérénité	Le meilleur compliment ? Quand un client dit qu'il s'est senti tranquille.	Réduire la charge mentale du client renforce fortement l'expérience.	Ce qu'il retient surtout, c'est la sérénité ressentie.
Hook 28 Personnalisation	Un service qui semble vraiment pensé pour la personne marque davantage.	La personnalisation perçue augmente la pertinence du message.	Ce client a senti qu'on s'adressait à lui, pas à tout le monde pareil.
Hook 29 Engagement	Quand le client sent l'implication, il le dit.	L'engagement visible renforce immédiatement la crédibilité.	Ce retour parle d'une chose qu'on essaie toujours de montrer : on s'implique vraiment.
Hook 30 Service complet	Un avis fort parle souvent d'un ensemble, pas d'un seul détail.	La valeur d'un service se lit aussi dans sa cohérence globale.	Ce client a apprécié le tout, pas seulement une partie.
Hook 31 Valeur perçue	Un client ne parle pas toujours du prix : il parle de la valeur ressentie.	Quand la valeur est claire, la comparaison par le prix devient secondaire.	Ce retour montre que le ressenti final compte plus qu'un simple tarif.
Hook 32 Complexité levée	Rendre simple ce qui semblait compliqué, c'est déjà un vrai résultat.	La simplification d'un sujet complexe renforce la confiance et la décision.	Ce client pensait que ce serait compliqué ; finalement, tout a paru clair.
Hook 33 Le détail qui change tout	Un détail bien géré peut changer toute la perception du service.	Les micro-signaux de qualité ont un impact fort sur la satisfaction.	Parfois, c'est une petite attention qui fait toute la différence.
Hook 34 Avis du quotidien	Tous les bons contenus ne viennent pas d'avis spectaculaires.	Les retours simples du quotidien sont souvent les plus crédibles à publier.	Pas besoin d'un énorme témoignage : une phrase juste suffit souvent.
Hook 35 Preuve locale	Un avis local bien reformulé inspire plus confiance qu'un grand discours.	La proximité renforce la crédibilité d'une preuve sociale.	Ce type de retour parle directement à ceux qui cherchent un pro près de chez eux.

Modèles de posts — 18 structures réutilisables

Publiez rapidement sans copier l'avis tel quel. Chaque modèle propose une structure et trois tons.

Post 1 – Preuve sociale simple

Structure : Hook + reformulation d'un point fort + bénéfice + CTA.

Basique : Un client a surtout apprécié *[point fort]*. C'est exactement ce que nous voulons offrir sur *[service]*. Si vous cherchez *[besoin]*, parlons-en.

Pro : Un retour revient souvent : *[point fort]*. Cela confirme notre exigence sur *[détail métier]*. Pour *[service]*, nous restons disponibles.

Sympa : Ce message nous a fait sourire : *[point fort]*. Besoin d'un coup de main ? Écrivez-nous.

Post 2 – Résultat concret

Structure : Hook + ce que le client a obtenu + pourquoi c'est utile + CTA.

Basique : Ce que ce client retient, c'est le résultat : *[résultat]*. Notre objectif reste le même : apporter quelque chose de concret. Pour *[service]*, contactez-nous.

Pro : L'avis met en avant un bénéfice clair : *[résultat]*. Nous pouvons vous guider sur *[service]*.

Sympa : Ce client résume bien ce qu'on aime lire : *[résultat]*. Parlons de votre besoin.

Post 3 – Avant / après symbolique

Structure : Situation de départ + changement ressenti + preuve + CTA.

Basique : Au départ, *[situation]*. À la fin, *[ressenti final]*. Nous pouvons faire pareil pour *[service]*.

Pro : Le contraste est intéressant : *[doute de départ]*, puis *[résultat ressenti]*. Pour *[service]*, échangeons.

Sympa : Ce client partait avec *[doute]* et repart avec *[ressenti positif]*. Vous pouvez nous écrire.

Post 4 – Réassurance rapide

Structure : Phrase d'avis reformulée + ce que cela garantit + CTA léger.

Basique : Quand un client souligne *[élément rassurant]*, cela confirme l'essentiel : on peut compter sur nous. Besoin d'aide sur *[service]* ?

Pro : L'avis insiste sur *[élément rassurant]*. Nous répondons avec plaisir à vos questions.

Sympa : On lit parfois une phrase courte qui rassure tout de suite : *[élément rassurant]*. Dites-nous ce que vous cherchez.

Post 5 – Expérience client

Structure : Ce que le client a ressenti + détail de l'expérience + CTA.

Basique : Au-delà du service, ce client a retenu *[ressenti]*. Pour *[service]*, nous sommes là.

Pro : Le retour ne parle pas seulement de la prestation, mais de l'expérience vécue : *[ressenti]*. Contactez-nous.

Sympa : Ce qu'on aime ici, c'est le ressenti : *[ressenti]*. Écrivez-nous si vous voulez avancer sereinement.

Post 6 – Confiance installée

Structure : Pourquoi le client s'est senti en confiance + preuve + CTA.

Basique : Ce retour montre une chose essentielle : la confiance s'installe quand on explique bien et qu'on reste cohérent. Pour *[service]*, nous avançons comme cela.

Pro : La confiance exprimée reflète une méthode lisible et un niveau d'exigence constant. Nous pouvons vous accompagner sur *[service]*.

Sympa : Ce client dit en une phrase ce qu'on essaie toujours de créer : un climat de confiance. Parlons-en ensemble.

Posts suite 7 à 12

Post 7 – Écoute du besoin

Structure : Le besoin du client + façon d'y répondre + CTA.

Basique : Un bon retour commence souvent par ceci : le client s'est senti écouté. Comprendre *[besoin]* avant de proposer *[solution]*, c'est notre base.

Pro : L'avis valorise l'écoute en amont. Nous adaptons *[service]* à votre contexte.

Sympa : Ce message rappelle une évidence : avant de bien faire, il faut bien écouter. Dites-nous ce dont vous avez besoin.

Post 8 – Professionnalisme visible

Structure : Point professionnel remarqué + conséquence + CTA.

Basique : Le client a remarqué *[signe de professionnalisme]*. C'est exactement ce qui rend une prestation plus rassurante et plus crédible.

Pro : Quand un avis mentionne *[signe de professionnalisme]*, il valide une vraie exigence de méthode. C'est ce niveau d'attention que nous gardons sur chaque dossier.

Sympa : Ce type de retour fait plaisir parce qu'il parle du professionnalisme du quotidien. Vous pouvez nous écrire.

Post 9 – Détail métier

Structure : Détail précis + ce qu'il révèle + CTA.

Basique : Le détail cité dans cet avis paraît simple, mais il dit beaucoup : *[détail métier]*. Besoin de *[service]* ?

Pro : Le client met en avant un détail très parlant : *[détail métier]*. Derrière ce point précis, il y a de la méthode et un vrai niveau d'exécution.

Sympa : On aime aussi publier les retours qui parlent d'un détail concret. Dites-nous votre besoin.

Post 10 – Recommandation client

Structure : Avis reformulé + phrase de recommandation + CTA.

Basique : Ce client nous recommanderait pour *[raison]*. Pour nous, c'est l'un des signaux les plus forts. Nous sommes disponibles.

Pro : La recommandation exprimée vaut preuve sociale. Elle confirme que la prestation, la relation et le suivi ont été jugés suffisamment solides pour être conseillés à d'autres.

Sympa : Quand quelqu'un dit qu'il nous recommanderait, on sait qu'on a laissé plus qu'une bonne impression. Si besoin, vous pouvez nous écrire.

Post 11 – Qualité perçue

Structure : Sensation globale + détail qui l'explique + CTA.

Basique : Ce retour parle surtout de qualité perçue : *[ressenti de qualité]*. Cela passe par des choix simples mais constants. Nous pouvons vous renseigner.

Pro : La sensation de qualité citée ici repose sur la cohérence entre l'accueil, l'exécution et le suivi. C'est notre ligne sur *[service]*.

Sympa : Le mot qui ressort ici, c'est *[ressenti de qualité]*. Et ce ressenti, on essaie de le construire à chaque échange. Vous voulez en parler ?

Post 12 – Proximité

Structure : Lien humain + accessibilité + CTA.

Basique : Un client a apprécié notre côté accessible et direct. La proximité rend simplement les choses plus faciles à vivre. Nous répondons avec plaisir.

Pro : L'avis souligne une relation fluide et accessible. Cette proximité bien tenue favorise une communication claire. Contactez-nous pour votre projet.

Sympa : Ce retour rappelle qu'on peut être pro sans être distant. Et souvent, c'est ce mélange qui rassure le plus. Écrivez-nous quand vous voulez.

Posts suite 13 à 18

Post 13 – Régularité

Structure : Répétition d'un même point + force de la constance + CTA.

Basique : Ce n'est pas la première fois qu'on lit ce type de retour. Quand un même point revient souvent, il devient une vraie force. Si vous cherchez *[bénéfice]*, nous sommes là.

Pro : La répétition d'un même signal dans plusieurs avis renforce sa crédibilité. Ici, c'est *[point récurrent]* qui ressort, et cela confirme notre niveau de constance.

Sympa : On aime ces retours parce qu'ils confirment quelque chose de durable, pas juste un bon jour. Si ce point compte pour vous aussi, parlons-en.

Post 14 – Service mis en contexte

Structure : Contexte client + point fort retenu + CTA.

Basique : Dans ce contexte précis — *[situation client]* — le client a surtout retenu *[point fort]*. C'est exactement pour cela que nous adaptons notre manière de faire à chaque cas.

Pro : Remettre l'avis dans son contexte le rend plus parlant : *[situation]*, puis *[réponse apportée]*. Nous pouvons vous guider.

Sympa : On oublie parfois de dire dans quel contexte un service a été utile. Pourtant, c'est ce qui permet aux futurs clients de se projeter. Dites-nous votre situation.

Post 15 – Accueil et relation

Structure : Accueil remarqué + relation de confiance + CTA.

Basique : Ce client a surtout parlé de l'accueil. Et souvent, c'est là que tout commence : on se sent écouté, respecté et rassuré. Nous restons disponibles pour *[service]*.

Pro : L'avis montre que la qualité relationnelle est un levier central de confiance. Un bon accueil facilite le reste du parcours. Contactez-nous si besoin.

Sympa : Parfois, ce qui reste en mémoire, c'est la manière dont on a été accueilli. C'est simple, mais très fort. Vous pouvez nous écrire.

Post 16 – Gain de temps

Structure : Temps gagné + organisation claire + CTA.

Basique : Ce retour met en avant quelque chose de très concret : le temps gagné. Quand un service vous simplifie vraiment la vie, il apporte déjà beaucoup.

Pro : Le gain de temps cité ici traduit une organisation claire et une exécution fiable. C'est un bénéfice très fort pour des clients qui veulent avancer sans se disperser.

Sympa : Ce client a surtout retenu qu'on lui a fait gagner du temps. Et honnêtement, c'est déjà une grande victoire. Écrivez-nous si cela compte pour vous aussi.

Post 17 – Sérénité

Structure : Ressenti de sérénité + cadre rassurant + CTA.

Basique : Le mot qui ressort de cet avis, c'est la sérénité. Réduire le stress du client fait pleinement partie de notre travail. Pour *[service]*, nous avançons étape par étape.

Pro : La sérénité exprimée ici est le résultat d'un cadre lisible, d'une bonne communication et d'un suivi cohérent. C'est cette combinaison que nous cherchons à maintenir.

Sympa : Quand un client dit qu'il s'est senti tranquille, on sait qu'on a fait plus qu'une simple prestation. Si vous cherchez cela aussi, contactez-nous.

Post 18 – Valeur perçue

Structure : Valeur ressentie + cohérence de la prestation + CTA.

Basique : Au final, ce client a surtout senti que le service valait vraiment ce qu'il apportait. C'est cette valeur concrète que nous voulons transmettre à chaque mission.

Pro : L'avis renvoie à une notion clé : la valeur perçue. Lorsque le bénéfice, l'accompagnement et la qualité sont cohérents, le service devient naturellement plus convaincant.

Sympa : Ce retour nous plaît parce qu'il ne parle pas seulement de prestation ; il parle de valeur ressentie. Si vous voulez une réponse claire, écrivez-nous.

Stories — 10 structures légères

Chaque story tient en 1 à 3 écrans. Simple à produire, facile à personnaliser.

Story 1 – Avis mis en avant

2 écrans

E1:

« Ce qu'un client a retenu » + phrase reformulée.

E2:

« Ce qu'on veut toujours garantir » + CTA léger.

Visuels:

capture d'avis recadrée + fond simple.

Story 2 – Réassurance express

2 écrans

E1:

objection fréquente.

E2:

avis reformulé qui rassure + « Vous voulez en parler ? »

Visuels:

texte plein écran + détail métier.

Story 3 – Résultat

2 écrans

E1:

« Avant » ou besoin de départ.

E2:

résultat obtenu ou ressenti final.

Visuels:

avant/après symbolique, produit fini ou geste métier.

Story 4 – Ambiance / préparation

3 écrans

E1:

préparation du service.

E2:

détail soigné.

E3:

phrase d'avis qui valide cette attention.

Visuels:

petits plans métier, matériel, mise en place.

Story 5 – Détail métier

2 écrans

E1:

un détail que le client a remarqué.

E2:

pourquoi ce détail compte.

Visuels:

gros plan sur le détail, main, outil, finition.

Story 6 – Recommandation client

2 écrans

E1:

« On nous recommande pour... »

E2:

bénéfice principal + CTA.

Visuels:

capture d'avis + visage, local ou équipe.

Story 7 – Citation marquante

1 écran

Une phrase courte, forte et reformulée, posée sur un visuel propre.

Visuels:

fond uni premium, photo épurée ou élément signature.

Story 8 – Avis du jour

3 écrans

E1:

« Avis du jour ».

E2:

point fort du retour.

E3:

« Si c'est ce que vous cherchez... » + CTA.

Visuels:

capture partielle d'avis + plan simple du quotidien.

Story 9 – Service mis en contexte

3 écrans

E1:

situation client.

E2:

réponse apportée.

E3:

ressenti final.

Visuels:

suite de 2 ou 3 plans : contexte, geste, résultat.

Story 10 – Mini preuve sociale

3 écrans

E1:

« Ce qui revient souvent ».

E2:

liste courte de 2 ou 3 mots-clés d'avis.

E3:

CTA doux.

Visuels:

montage de petits extraits d'avis, stickers texte, fond simple.

📄

Qu'est-ce qu'un écran ?

1 écran = 1 vue ou 1 carte dans une story. Une story de 2 ou 3 écrans correspond à 2 ou 3 vues successives que l'utilisateur fait défiler.

PDF Premium · Stories · Page 9

Carrousels — 8 idées découpées en slides

☐ S = slide. Chaque carrousel est découpé en slides successives : S1, S2, S3... Suivez simplement l'ordre pour construire votre carrousel.

Transformer un avis en message structuré. Chaque carrousel se construit en 5 à 7 slides.

Carrousel 1 – Ce que ce client a le plus apprécié

S1 hook : l'idée forte · **S2** avis reformulé en une phrase · **S3** détail concret n°1 · **S4** détail concret n°2 · **S5** conclusion + CTA.

Carrousel 2 – Derrière un bon avis, il y a souvent...

S1 hook · **S2** écoute · **S3** clarté · **S4** exécution · **S5** suivi · **S6** CTA.

Carrousel 3 – Pourquoi cet avis rassure

S1 objection fréquente · **S2** phrase d'avis reformulée · **S3** ce que cela prouve · **S4** pour qui c'est utile · **S5** CTA.

Carrousel 4 – Un avis, trois preuves

S1 hook · **S2** preuve de sérieux · **S3** preuve de résultat · **S4** preuve de relation client · **S5** rappel clé · **S6** CTA.

Carrousel 5 – Avant / après ressenti

S1 situation de départ · **S2** doute ou frein · **S3** accompagnement · **S4** ressenti final · **S5** CTA.

Carrousel 6 – Le détail qui change tout

S1 hook · **S2** détail métier cité · **S3** pourquoi il compte · **S4** ce qu'il évite · **S5** ce qu'il apporte · **S6** CTA.

Carrousel 7 – Ce qu'on veut faire ressentir

S1 hook · **S2** simplicité · **S3** confiance · **S4** sérieux · **S5** confort · **S6** cohérence avec l'avis · **S7** CTA.

Carrousel 8 – 1 avis = 1 angle utile

S1 capture ou phrase reformulée · **S2** angle choisi · **S3** message à retenir · **S4** format conseillé · **S5** CTA.

Scripts vidéo courts — 8 structures simples

Facecaméra, captured'écran ou plans métier : le support peut rester très simple. Chaque script est court, visuel et crédible.

Script 1 – Réassurance

Hook : Quand un client dit que tout a été simple, ce n'est pas anodin.

Message : Montrez comment vous rendez un service clair, fluide et rassurant en 2 ou 3 idées.

CTA : Envoyez-nous un message si vous voulez la même clarté.

Plans : Visage, bureau/atelier, détail de préparation.

Durée : 20 s

Script 2 – Résultat

Hook : Ce client résume en une phrase ce que nous cherchons à obtenir.

Message : Partez d'un besoin de départ, montrez le résultat ou le ressenti final, puis reliez-le à l'avis.

CTA : Vous avez un besoin proche ? Parlons-en.

Plans : Avant/après symbolique, produit fini, dossier prêt.

Durée : 20-25 s

Script 3 – Professionnalisme

Hook : Le professionnalisme se voit souvent dans les détails.

Message : Montrez 3 détails concrets que le client remarque et associez-les à une phrase d'avis reformulée.

CTA : Dites-nous si ce niveau de soin compte pour vous.

Plans : Mains au travail, matériel, contrôle, finition.

Durée : 15-20 s

Script 4 – Écoute

Hook : Un bon service commence rarement par une réponse standard.

Message : Expliquez en une phrase comment vous écoutez, adaptez puis accompagnez. Terminez avec un extrait d'avis.

CTA : Expliquez-nous votre besoin en message privé.

Plans : Échange client, prise de notes, préparation personnalisée.

Durée : 20 s

Script 5 – Accueil

Hook : On sous-estime souvent l'impact d'un bon accueil.

Message : Partez d'un ressenti client : bien reçu, bien orienté, bien accompagné. Reliez-le à votre manière de travailler.

CTA : Vous voulez un échange simple ? Contactez-nous.

Plans : Entrée, sourire, plan large du lieu, geste d'accueil. **Durée :** 15-20 s

Script 6 – Gain de temps

Hook : Faire gagner du temps, c'est déjà rendre service.

Message : Montrez comment votre organisation évite des étapes inutiles et simplifie le parcours client.

CTA : Si vous cherchez une solution plus fluide, écrivez-nous.

Plans : Checklist, rendez-vous, préparation, livraison ou rendu final.

Durée : 20-25 s

Script 7 – Recommandation

Hook : Quand un client recommande, il vous prête aussi sa confiance.

Message : Affichez l'avis, expliquez en une phrase ce qui l'a motivé, puis faites le lien avec votre promesse.

CTA : Vous pouvez nous écrire pour en parler simplement.

Plans : Avis en gros plan, équipe, outil, détail signature.

Durée : 15-20 s

Script 8 – Expérience globale

Hook : Un bon avis parle rarement d'un seul détail.

Message : Structurez la vidéo autour de 3 mots-clés issus du retour : clarté, sérieux, confort par exemple.

CTA : Enregistrez cette idée pour votre prochaine publication.

Plans : 3 plans courts du quotidien + plan final regard caméra.

Durée : 25-30 s

CTA naturels et variés — 20 formulations

Pourcommenter,enregistrer,partager,écrire,prendrecontactourelanceruneréflexion.Troistons:**B**=Basique · **P** = Pro · **S** = Sympa.

N°	Basique	Pro	Sympa
1	Écrivez-nous si vous cherchez ce type de résultat.	Contactez-nous pour échanger sur votre besoin.	Envie de la même tranquillité ? Envoyez-nous un message.
2	Dites-nous si ce point compte pour vous.	Indiquez-nous si ce critère est important dans votre choix.	Ça vous parle aussi ? Dites-le-nous.
3	Besoin d'un renseignement ? Nous répondons avec plaisir.	Nous restons disponibles pour toute question complémentaire.	Une question ? On vous répond simplement.
4	Parlons de votre projet.	Échangeons sur votre contexte et vos attentes.	Parlez-nous un peu de votre besoin.
5	Enregistrez cette publication pour plus tard.	Conservez ce post si le sujet peut vous être utile.	Gardez-le de côté si ça peut servir.
6	Partagez-le à quelqu'un que cela pourrait aider.	Transmettez ce contenu à une personne concernée.	Pensez à quelqu'un ? Envoyez-lui.
7	Dites-nous en commentaire ce qui compte le plus pour vous.	Partagez en commentaire le critère qui guide votre choix.	En commentaire, vous regardez quoi en premier ?
8	Vous pouvez nous contacter en message privé.	Le message privé reste le plus simple pour un premier échange.	Un petit message privé et on en parle ?
9	Nous pouvons vous guider étape par étape.	Nous pouvons vous accompagner avec une méthode claire.	On peut vous simplifier tout ça, si vous voulez.
10	Vous voulez un avis sur votre situation ?	Nous pouvons vous orienter selon votre contexte.	Besoin d'y voir plus clair ? Écrivez-nous.
11	Prenez contact quand vous êtes prêt.	Revenez vers nous lorsque le timing sera bon pour vous.	Quand ce sera le bon moment, on sera là.
12	Ce type de contenu vous aide ? Sauvegardez-le.	Sauvegardez cette ressource pour la réutiliser au bon moment.	Gardez cette idée sous la main.
13	Vous reconnaissez ce besoin ? Contactez-nous.	Si votre situation ressemble à celle-ci, nous pouvons vous aider.	Ça ressemble à votre cas ? Venez nous en parler.
14	Demandez-nous les prochaines étapes.	Nous pouvons vous présenter un cadre simple pour avancer.	On vous explique la suite, simplement.
15	Faites-nous part de votre priorité du moment.	Partagez votre priorité actuelle afin que nous puissions vous orienter.	C'est quoi votre priorité en ce moment ?
16	Comparez avec ce que vous vivez aujourd'hui.	Prenez un instant pour évaluer si ce point vous manque aujourd'hui.	Voyez si c'est justement ce qui vous manque.
17	Nous pouvons vous montrer comment cela se passe concrètement.	Nous pouvons détailler notre façon de travailler sur demande.	On peut vous montrer comment on fait, simplement.
18	Gardez cette structure pour vos prochains contenus.	Réutilisez cette logique pour publier de façon régulière.	Vous pouvez reprendre cette idée pour votre prochain post.
19	Dites-nous si vous préférez le format post, story ou vidéo.	Indiquez le format qui vous parle le plus pour mieux guider vos contenus.	Vous êtes plutôt post, story ou vidéo ?
20	Dites-nous quel format vous aimeriez voir plus souvent.	Indiquez le type de contenu que vous souhaitez voir développé.	Vous voulez qu'on publie plus de posts, stories ou vidéos ?

Exemples complets — 6 mini-cas

Pour chaque exemple : 1 avis fictif · 1 angle · 1 post · 1 idée de carrousel · 1 script vidéo · 1 CTA.

Exemple 1 – Accueil

Avis : « Très bien reçu, on s'est tout de suite senti à l'aise et bien guidé. »

Post · Un bon accueil change toute la suite de l'expérience. Ce client a surtout retenu le fait de se sentir à l'aise dès le départ, et c'est exactement ce que nous cherchons à créer.

Carrousel · « Pourquoi l'accueil compte autant » — accueil, écoute, repères clairs, confiance, CTA.

Vidéo · Hook « On sous-estime souvent l'impact d'un bon accueil » + 3 plans du lieu + phrase d'avis reformulée.

CTA · Vous voulez un échange simple et clair ? Écrivez-nous.

Exemple 2 – Professionnalisme

Avis · « Travail soigné, explications claires et vraie sensation de sérieux. »

Post · Quand un client parle à la fois de soin, de clarté et de sérieux, il résume notre niveau d'exigence en une phrase.

Carrousel : « Un avis, trois preuves » — soin, clarté, sérieux, ce que cela change pour le client, CTA.

Vidéo · Hook « Le professionnalisme se voit souvent dans les détails » + plans sur les gestes métier + texte à l'écran.

CTA · Dites-nous si ce niveau de soin compte pour vous.

Exemple 3 – Résultat

Avis · « Le résultat est exactement ce qu'on espérait, sans stress inutile. »

Post · Ce retour parle d'un vrai résultat, mais aussi d'un ressenti important : avancer sans tension. C'est cette combinaison que nous visons.

Carrousel · « Avant / après ressenti » —
attente, doute, accompagnement,
résultat, CTA.

Vidéo · Hook « Un bon avis parle souvent d'un résultat et d'une sérénité » + avant/après symbolique.

CTA · Vous cherchez ce type de résultat
? Parlons-en.

Exemple 4 – Écoute

Avis · « On a eu l'impression qu'ils
avaient vraiment compris notre besoin.
»

Post · Être bien écouté, c'est déjà se sentir accompagné. Ce client a surtout retenu le fait d'être compris avant même la solution.

Carrousel · « Derrière un bon avis, il y a souvent une vraie écoute » — besoin, reformulation, réponse adaptée, CTA.

Vidéo · Hook « Un bon service commence rarement par une réponse standard » + prise de notes + avis reformulé.

CTA · Expliquez-nous votre besoin en message privé.

Exemple 5 – Expérience globale

Avis · « Tout a été fluide du début à la fin, avec un vrai suivi. »

Post · Ce client ne parle pas d'un seul point fort, mais d'une expérience cohérente du début à la fin. C'est souvent ce qui crée la vraie valeur.

Carrousel · « Ce qu'un client retient d'une expérience fluide » — contact, clarté, exécution, suivi, CTA.

Vidéo · Hook « Un bon avis parle rarement d'un seul détail » + 4 plans du parcours client + conclusion.

CTA · Si vous cherchez une expérience simple et suivie, contactez-nous.

Exemple 6 – Recommandation

Avis · « Je recommande sans hésiter,
service fiable et très humain. »

Post · Quand un client recommande, il partage aussi sa confiance. Ici, l'avis met en avant la fiabilité et le côté humain : un duo très fort.

Carrousel · « Pourquoi une recommandation vaut plus qu'un compliment » — confiance, fiabilité, relation, CTA.

Vidéo · Hook « Quand un client recommande, il vous prête aussi sa crédibilité » + capture d'avis + face caméra.

CTA · Ça compte pour vous aussi ?
Venez nous en parler.

Bonus d'activation — Passer à l'action tout de suite

Ce bloc vous aide à choisir le bon format, trouver un angle rapidement et tenir 7 jours de contenu.

A. Quel format pour quel avis ?

Type d'avis	Format conseillé	Pourquoi
Avis court et positif	Story	Rapide à publier, parfait pour un extrait reformulé.
Avis avec détail concret	Post	Facile à transformer en message clair et crédible.
Avis qui rassure	Car rousel	Permet d'expliquer pourquoi le retour est important.
Avis avec résultat visible	Vidéo courte	Donne vie au résultat avec 2 ou 3 plans simples.
Avis complet et nuancé	Car rousel	Idéal pour découper l'idée en plusieurs slides.
Avis qui se répète souvent	Post ou story	Très utile pour installer une preuve sociale régulière.

B. 10 angles rapides

Quand vous manquez d'idée, partez d'un de ces angles simples pour transformer rapidement un avis en contenu.

- **Réassurance** · lever un doute
- **Résultat concret** · montrer un bénéfice
- **Accueil** · valoriser le ressenti initial
- **Écoute** · montrer qu'on comprend
- **Sérieux** · prouver le professionnalisme
- **Détail métier** · valoriser le savoir-faire
- **Recommandation** · capitaliser sur la confiance
- **Sérénité** · rassurer sur le parcours
- **Gain de temps** · valoriser l'efficacité
- **Suivi** · montrer l'accompagnement

C. Mini planning — 7 jours de contenu

Jour	Format	Idée
Jour 1	Post	Un avis récent reformulé autour d'un point fort.
Jour 2	Story	Avis du jour en 2 écrans.
Jour 3	Car rousel	Pourquoi cet avis rassure.
Jour 4	Vidéo courte	1 avis = 1 idée = 20 secondes.
Jour 5	Post	Détail métier remarqué par le client.
Jour 6	Story	Ambiance / préparation + phrase d'avis.
Jour 7	Carrousel ou vidéo	Avant / après ressenti ou recommandation.

1 avis = plusieurs formats possibles

Le même avis peut générer plusieurs contenus. Cette logique de déclinaison renforce la régularité et la sensation de système.

Avis	Post	Story	Carrousel	Vidéo
« Très rassurant, tout a été clair. »	La clarté rassure.	« Ce qu'un client a retenu ».	Pourquoi cet avis rassure.	3 plans sur un parcours simple.
« Travail très soigné et professionnel. »	Le sérieux du quotidien.	Détail métier remarqué.	Un avis, trois preuves.	Les détails qui montrent le soin.
« On s'est senti vraiment écoutés. »	Écouter avant d'agir.	Besoin + réponse adaptée.	Derrière un bon avis, il y a l'écoute.	Prise de notes + adaptation.
« Service fluide, rapide et rassurant. »	Une expérience simple du début à la fin.	Avis du jour + résultat.	Expérience globale.	Mini parcours client en 20 s.

❏ Utilisez ce tableau quand vous voulez rentabiliser un bon avis : choisissez un angle principal, puis déclinez-le en un format léger, un format explicatif et un format plus vivant. Vous publiez plus sans repartir de zéro.

Clôture et rappels pratiques

Le Premium reste un outil de production : gardez-les sous la main, adaptez, simplifiez et publiez avec régularité.

Rappels discrets

→ Créer le visuel sur Canva

Un visuel propre, simple et lisible suffit souvent pour accompagner un bon avis transformé en contenu.

[Cliquez ici pour rejoindre Canva](#)

→ Créer la vidéo sur InVideo

[Gardez un lien personnalisé à insérer pour votre outil ou votre espace de travail.](#)

[Cliquez ici pour rejoindre InVideo](#)

→ Mini-guide + Lexique

Pour aller plus loin : choisir un bon avis, trouver le bon angle, savoir quoi montrer visuellement, récupérer un avis, faire une capture propre, comprendre les termes clés, utiliser Canva et InVideo plus sereinement.

Mini-checklist avant publication

- ☐ Ai-je choisi un bon angle ?
- ☐ Ai-je gardé une idée principale ?
- ☐ Ai-je reformulé l'avis ?
- ☐ Ai-je anonymisé ou obtenu l'accord si je reprends un avis identifiable ?
- ☐ Ai-je choisi un visuel simple ?
- ☐ Ai-je un CTA naturel ?
- ☐ Mon contenu est-il clair et crédible ?
- ☐ Ai-je choisi le bon format ?

Règles d'usage

Synthèse pratique des règles d'utilisation de ce kit. La licence complète figure en page 20.

✓ Autorisé

- Usage personnel ou interne à l'entreprise acheteuse.
- Adaptation pour vos propres contenus.
- Utilisation libre des modèles, hooks, scripts et CTA dans vos publications.

🚫 Interdit

- Revente ou diffusion publique du PDF complet.
- Partage du fichier à des tiers extérieurs à votre structure.
- Duplication commerciale ou reconditionnement sans autorisation.

Un bon avis n'est pas un contenu fini : c'est une matière simple à transformer. Ouvrez, choisissez, adaptez, publiez.

Publiez plus régulièrement, sans repartir de zéro.

Ce kit est conçu pour durer. Revenez-y à chaque avis reçu, choisissez votre angle, votre format, votre ton—et publiez avec confiance.

35 Hooks

Accroches prêtes à adapter

10 Stories

Formats légers et rapides

8

Scripts vidéo

Courts, visuels, crédibles

18

Modèles de posts

Structures réutilisables

8

Carrousels

Idées découpées en slides

20 CTA

Formulations naturelles

La logique du kit en un coup d'œil

Appliquez cette logique à chaque avis reçu : choisissez un angle, un format, un ton—et publiez.



Prêt à l'emploi

Rapide à activer : 1 avis, 1 angle, 1 format, 1 ton, 1 CTA. Simple à décliner en post, story, carrousel ou vidéo. Facile à réutiliser et à adapter à votre activité.



Actionnable

Chaque modèle est prêt à adapter. Pas de théorie : uniquement des outils concrets.



Régulier

Le tableau Premium et le mini planning 7 jours vous aident à publier sans interruption.



Premium

Trois tons par modèle, exemples complets, bonus d'activation : un vrai kit de production.

À vous de jouer.

votre format, votre ton — et publiez avec confiance.

❏ Merci de votre confiance

Merci d'avoir choisi ce kit. Je souhaite qu'il vous aide à publier plus régulièrement, avec plus de facilité et plus de cohérence. Bonne création.

ⓘ Licence d'usage

2026 Francis Lefèvre / Réponse Avis pro

Tous droits réservés.

Usage réservé à l'acheteur. Revente, partage, diffusion ou redistribution interdits sans autorisation écrite.

