



ÉCLOSION

Oum Adam - Namir Agency / Ummaty



SÉANCE 5

Oum Adam - Namir Agency

LES DIFFÉRENTS MÉDIAS

Chaque plateforme a son langage. Le même message peut être adapté différemment selon le canal.

● Instagram :

- Visuel + storytelling.
- Formats forts : carrousels pédagogiques, reels dynamiques, stories coulisses.
- Objectif : inspirer + engager + attirer.
- Bonne pour élargir l'audience et créer une communauté.

LES DIFFÉRENTS MÉDIAS

Newsletter

- Profondeur + lien intime.
- Tu peux développer, cliver, partager des réflexions + appels à l'action directs.
- Objectif : fidéliser + vendre.
- C'est TON espace (pas d'algorithme).

LES DIFFÉRENTS MÉDIAS

● Facebook

- Moins puissant qu'avant, mais :
- Groupes = parfaits pour créer de la communauté et garder un contact plus personnel.
- Pages : vitrine, relais de contenu Insta.
- Objectif : réseau, interaction, ancrage communautaire.

LES DIFFÉRENTS MÉDIAS

Pinterest

- C'est un moteur de recherche visuel, pas un réseau social.
- Durée de vie d'un pin : plusieurs mois / années (vs Insta quelques jours).
- Parfait pour renvoyer vers ton blog, ta NL ou tes pages de vente.
- Objectif : trafic long terme + SEO visuel.

LES DIFFÉRENTS MÉDIAS

● Threads

- Format mini-blog / discussion.
- Idéal pour tester des idées, lancer des punchlines, être cash et rapide.
- Objectif : créer de la viralité rapide + humaniser ta voix.

Il existe aussi TikTok, Snapchat, Whatsapp, Telegram, Twitch...

LA STRATÉGIE GLOBALE

- Instagram & Threads → attirer, capter l'attention, créer de la viralité.
 - Pinterest → trafic long terme, visibilité evergreen.
 - Facebook → espace communautaire et échanges.
 - Newsletter → lien intime + ventes.
- 👉 Ton contenu doit circuler entre eux :
- Insta → capture d'email → NL → ventes.
- Pinterest → blog / lead magnet → NL.
- Threads → reprises sur Insta.

PILIERES DE CONTENU

1. Définition simple

Un pilier = une grande thématique qui revient régulièrement dans ta stratégie de contenu.

- Ils doivent être alignés avec :
- ton expertise (ce que tu sais, ce que tu vends),
- les besoins/désirs de ton audience,
- et ton positionnement (ce qui te différencie).

PILIERS DE CONTENU

2. Rôles des piliers

- Donner de la cohérence → ton audience sait à quoi s'attendre.
- T'éviter de tourner en rond → tu sais toujours quoi poster.
- Attirer la bonne cible → sélection naturelle des personnes alignées.
- Nourrir le parcours client → chaque pilier aide ton prospect à avancer vers l'achat.

PILIERS DE CONTENU

3. Catégories de piliers de contenu

Pour ne pas être monotone, on équilibre plusieurs types :

🎓 Pilier Éducation / Expertise

- But : montrer ta compétence, donner de la valeur.
- Ex : tutos, tips, explications simples, études de cas.
- Effet : ton audience apprend de toi → crédibilité.

PILIERS DE CONTENU

Pilier Inspiration / Mindset

- But : motiver, donner confiance, inspirer par ton parcours ou celui d'autres.
- Ex : storytelling perso, citations contextualisées, posts coup de poing.
- Effet : tu crées une connexion émotionnelle.

Pilier Communauté / Authenticité

- But : montrer qui tu es derrière la marque.
- Ex : coulisses, daily life, anecdotes humaines.
- Effet : tu deviens accessible, humaine → relation de confiance.

PILIERS DE CONTENU

Pilier Offre / Conversion

- But : vendre sans complexe.
- Ex : présentation de ton offre, témoignages, avant/après, objection killing.
- Effet : tu transformes tes abonnés en clients.

(Optionnel) Pilier Clivant / Positionnement

- But : affirmer tes valeurs, prendre position.
- Ex : posts polémiques, "myth-busting", casser les fausses croyances.
- Effet : tu attires les bons et tu repousses les mauvais → forte identité.

PILIERS DE CONTENU

Comment s'en servir ?

- Tu choisis 3 à 5 piliers → tu crées un “panier à idées” par pilier.
- Chaque semaine, tu prends une idée de chaque pilier → tu as ton contenu varié.
- Tu déclines le même message sur plusieurs médias (Insta, NL, Pinterest, Threads).

PILIERS DE CONTENU

Comment s'en servir ?

- Tu choisis 3 à 5 piliers → tu crées un “panier à idées” par pilier.
- Chaque semaine, tu prends une idée de chaque pilier → tu as ton contenu varié.
- Tu déclines le même message sur plusieurs médias (Insta, NL, Pinterest, Threads).

EXERCICE



Note 3 à 5 thèmes que tu pourrais aborder régulièrement et qui servent ton audience et ton business. Ce seront tes piliers.

Répartis tes posts sur le mois :

Tu as ton calendrier éditorial !

EXERCICES À RÉALISER

Souviens toi :

- Définir tes réseaux de prédilection
- Définir ton calendrier éditorial
- Commencer à préparer tes publications

