

LA MÉTHODE EN 3 ÉTAPES

SWITCH

Créer ton contenu original en partant de Reels déjà poussés par Instagram.

Pas de copie. Pas de déguisement. Pas de montage à rallonge.
Ton expertise, posée dans une structure qui a déjà fait ses preuves.



Maïté Ropers

Agence webmarketing · Stratège en communication & vente persuasive

Ton contenu tient sur deux appuis

Un contenu qui sort du lot ne vient jamais d'une idée tombée du ciel un dimanche soir. Il vient de deux matières que tu assembles.

› Appui 1 : ton expertise

C'est ta saveur. Tes années de terrain, tes cas clients, tes erreurs, tes convictions, ta façon de voir le métier. Personne ne peut te la piquer parce qu'elle n'est pas publique. C'est la seule partie du contenu qui reste inimitable sur Instagram.

› Appui 2 : ce qui marche déjà ailleurs

C'est la structure. Un déroulé qui a déjà retenu plusieurs centaines de milliers de personnes. Il a été testé en conditions réelles, sur une audience qui n'avait aucune raison de rester. Instagram le connaît, le reconnaît et sait le pousser.

CE QUE L'ALGORITHME RÉCOMPENSE

Pas l'originalité de ton format. La rétention. Une structure qui a tenu ailleurs tient aussi chez toi, à condition que la matière à l'intérieur soit la tienne.

Le mot clé, c'est transposer.

Adapter. Décliner.

Sans jeter les ingrédients qui ont fait le succès.

Copier se voit en trois secondes : le contenu sonne creux, la personne récite. Transposer ne se voit pas, parce que la matière vient de toi et que seul le squelette est emprunté.

La viralité repose sur trois choses

› Le sujet

Savoir créer de l'intérêt, même sur ce qui paraît plat. Les tables de multiplication, la ménopause, le deuil, l'entretien des joints d'une salle de bain font des millions de vues tous les jours. Un sujet n'est pas ennuyeux en soi, il est mal cadré. Tant que quelqu'un se reconnaît dedans ou y perd de l'argent, du temps ou de la tranquillité, il y a une audience.

› L'angle

Comment tu racontes ce que tu racontes. Le même sujet fait 400 vues ou 40 000 selon la porte d'entrée que tu choisis. « Entretenir ses joints » n'intéresse personne. « Les 800 € que ton propriétaire va te retenir sur la caution à cause de ça » intéresse tout le monde.

› La perception

Ton attitude. Ce que ton visage, ta voix et ton rythme racontent avant même la première phrase. C'est ce qui fait qu'on te croit ou qu'on scrolle. Capter l'attention sans passer par la danse en bikini à 50 ans version ado TikTok, ça se joue entièrement là.

À RETENIR

Le sujet amène la vue. L'angle retient. La perception décide si on te suit, si on te croit et si on t'achète.

Chercher

Direction la barre de recherche. Tape ta thématique, puis tape autre chose.

› Dans ta thématique

Tu récupères les codes de ton marché : les angles qui tournent, les formulations qui reviennent, les promesses qui accrochent en ce moment. Utile, mais tout le monde regarde au même endroit que toi.

› En dehors de ta thématique

Là, tu prends de l'avance. Va chercher dans tes loisirs, le sport, la cuisine, la déco, la parentalité, le bricolage, les animaux. Un déroulé qui cartonne chez les passionnés de rénovation n'a encore jamais été vu dans ton secteur. Quand tu le poses sur ton métier, ton audience découvre quelque chose sans savoir pourquoi ça la retient.

OÙ CHERCHER

CE QUE TU Y TROUVES

Barre de recherche

Les Reels qui performent le mieux sur un mot clé en ce moment.

Onglet Inspiration

Tableau de bord professionnel

Le contenu que l'algorithme sait déjà que tes abonnés adorent.

Tes propres enregistrements

Ce qui t'a arrêtée toi, dans ton scroll perso. Ton instinct a déjà fait le tri.

LES SEUILS

Au-dessus de 200 000 vues, tu enregistres. Au-dessus de 300 000, c'est ton prochain contenu.

Compte 10 à 15 requêtes différentes pour avoir de la matière. Varie les formulations : la question que se pose ta cible, le problème qu'elle vit, le mot qu'elle emploie, jamais le nom de ton métier.

Enregistrer 25 Reels

Crée un dossier d'enregistrements « SWITCH » et remplis-le. Pas cinq contenus, pas dix. Vingt-cinq.

En dessous de dix, tu vois des contenus isolés et tu tires des conclusions au hasard. À partir de vingt-cinq, les mécaniques se répètent sous tes yeux et tu commences à voir la charpente derrière les vidéos. Ça se fait en deux ou trois sessions de scroll, pouce en mode chasse plutôt qu'en mode canapé.

Tu ne regardes pas le format.

Tu regardes la manière dont le contenu est déroulé.

Le format, c'est l'emballage : face caméra, carrousel, b-roll, voix off. Le déroulé, c'est l'ordre dans lequel les idées arrivent et la raison pour laquelle on reste jusqu'au bout. C'est la seule chose qui se transpose d'un univers à l'autre.

› Ce que tu notes au moment d'enregistrer

- Le nombre de vues, pour hiérarchiser plus tard.
- Si c'est ta niche ou non : les deux cas ne se travaillent pas pareil.
- Ce qui t'a fait rester toi, en un mot, même approximatif.

Analyser le déroulé

C'est l'étape que presque personne ne fait, et c'est celle qui fait toute la différence. Deviens observatrice. Repasse chaque Reel enregistré et démonte-le.

CE QUE TU DÉMONTES

LA QUESTION À TE POSER

Les 3 premières secondes

Quelle promesse ou quelle tension est posée avant même que je comprenne le sujet.

Le déroulé

Combien d'idées, dans quel ordre, et pourquoi cet ordre-là.

Le point de bascule

À quel moment ça relance, juste avant que l'attention parte.

Le niveau de preuve

Chiffre, exemple, cas vécu, démonstration à l'écran.

La chute

Ce qui donne envie de commenter, d'enregistrer ou de renvoyer à quelqu'un.

› Si le Reel vient de ta niche

Tu reprends la structure telle quelle et tu la remplis avec ta vision, tes exemples, ton avis tranché. Ton expertise change la valeur du contenu, la charpente reste.

› Si le Reel vient d'ailleurs

Tu gardes le déroulé et tu changes toute la matière. C'est là que tu produis du contenu que ton marché n'a jamais vu.

LE TEST AVANT DE PUBLIER

Enlève ton nom du contenu. Si n'importe qui de ton secteur aurait pu le publier, tu as copié : remets ton expérience dedans. Si le contenu ne tient debout que parce que c'est toi qui le dis, tu as transposé.

Le format vient après. Jamais avant.

Une fois le déroulé en main, tu choisis l'emballage. Le même déroulé peut devenir un face caméra, un carrousel ou un post simple : tu déplaces la structure, pas le contenu. Le bon format est celui qui croise ta cible et ta personnalité, pas celui qui te fait peur ni celui qui te rassure trop.

FORMAT	QUAND IL SERT
Face caméra	Quand tu vends de la confiance et de l'expertise. Le plus rentable en temps de production, le plus exigeant en présence.
Interview	Quand tu as besoin d'une caution extérieure ou d'accéder à l'audience de quelqu'un d'autre.
Carrousel	Quand le déroulé compte plusieurs étapes que ta cible veut relire et enregistrer. Aussi quand le face caméra ne te met pas encore à l'aise, ou quand tu as une plume qu'on t'envie : elle se voit à l'écrit, beaucoup moins en vidéo.
B-roll + voix off	Quand le sujet se montre mieux qu'il ne s'explique, ou quand tu veux varier le rythme du feed.
Post simple	Quand une seule idée tranchée suffit et qu'une vidéo la diluerait.

Un déroulé validé en face caméra fonctionne souvent mieux en carrousel, et l'inverse aussi. Teste la même structure dans deux emballages avant de conclure qu'elle ne marche pas chez toi.

Ce qui te rend mémorable ne se joue pas au montage

Trois heures de CapCut pour 300 vues, personne n'a signé pour ça. Sur un face caméra, ce qui retient et ce qui crédibilise tient à ta prise de parole : le regard, le débit, l'attaque, les silences. C'est aussi ce qui fait qu'on te trouve fiable avant même d'avoir compris ce que tu vends.

› 6 réglages pour un effet waouh

- **Attaque sur une phrase pleine.** Pas de « coucou », pas de « alors aujourd'hui je voulais vous parler de ». Ta première phrase porte déjà une idée.
- **Une idée par phrase.** Les phrases qui s'emboîtent perdent l'auditeur en deux secondes.
- **Ralentis sur les mots qui comptent.** Le débit rapide passe pour de la nervosité. Le débit variable passe pour de la maîtrise.
- **Une demi-seconde de silence avant l'idée clé.** C'est le seul effet qui ne coûte rien et qui fait relever la tête.
- **Regard dans l'objectif, pas sur ton écran.** Le regard qui glisse annule la confiance instantanément.
- **Fin nette.** Tu termines ta dernière phrase et tu coupes. Pas de sourire gêné, pas de « voilà ».

LE VRAI LEVIER

Une aisance à l'oral travaillée te fait gagner sur tous les contenus à venir. Un montage réussi te fait gagner sur une vidéo.

Ta checklist SWITCH

- ☐ J'ai tapé 10 à 15 requêtes dans la barre de recherche, dont au moins 5 hors de ma thématique.
- ☐ J'ai ouvert l'onglet Inspiration de mon tableau de bord professionnel.
- ☐ J'ai créé un dossier d'enregistrements dédié.
- ☐ J'ai enregistré 25 Reels, avec le nombre de vues en tête.
- ☐ J'ai démonté le déroulé de mes 8 préférés : ouverture, ordre des idées, bascule, preuve, chute.
- ☐ J'ai choisi une structure et je l'ai remplie avec mon expérience, mes cas, mon avis.
- ☐ J'ai passé le test du nom retiré.
- ☐ J'ai choisi le format après avoir écrit le déroulé.
- ☐ J'ai publié.

La suite

La structure, tu viens de l'avoir. La matière, tu l'as déjà. Ce qui reste, c'est la manière dont tu l'incarnes à l'écran : ta voix, ton attitude, ta capacité à tenir l'attention sans artifice. C'est le terrain sur lequel je travaille avec mes clients, et celui qui transforme des vues en clients.

Si tu sens que tu as besoin d'astuces concernant la prise de parole, l'attitude, les secrets pour paraître plus ancré.e, force tranquille, convaincant.e, viens dans mes DM (@maiteropers) et dis-moi **IMPACT**, je te glisse une ressource qui va t'aider !

Maïté Ropers · 1SG

[instagram.com/maiteropers](https://www.instagram.com/maiteropers) · [linkedin.com/in/maiteropers](https://www.linkedin.com/in/maiteropers)