

The background of the entire image is a dense, interconnected network of small, semi-transparent icons. These icons represent various people and concepts: some are simple silhouettes of heads and shoulders, others are more stylized, and some include symbols like hearts or speech bubbles. The icons are connected by thin, light-colored lines, creating a complex web that suggests a digital community or social network. The overall color palette is a mix of light blues, greys, and soft pinks, giving it a modern and tech-oriented feel.

CRÉE TA COMMUNAUTÉ GRÂCE À TON CONTENU

pour des idées de contenu magnétiques et
illimitées qui résonnent avec ton client cible

My **Digital Way**

INTRODUCTION

Bienvenue dans cet ebook.

Ce contenu a été conçu pour être clair, pratique et directement actionnable.

Tu y trouveras des éléments que tu peux appliquer pas à pas pour obtenir des résultats concrets, que ce soit pour développer ton projet, affiner ta stratégie ou enrichir tes connaissances.

Ce guide n'est pas fait pour être lu une seule fois. Il est pensé comme un outil modulable que tu peux adapter, compléter et réutiliser selon tes propres objectifs.

Souviens-toi :

Les résultats viennent avec la mise en pratique.
Les idées n'ont de valeur que si elles sont utilisées.
Chaque étape compte, même les plus petites.
Fais de ce guide un support de travail qui t'accompagne réellement dans ton parcours.



POUR COMMENCER..

Bienvenue dans “**Crée ta communauté grâce à ton contenu**”. Ce guide est conçu spécialement pour toi, qui veux transformer ta façon de créer du contenu et maximiser ton impact en ligne.

La **création de contenu**, c’est bien plus qu’une simple tâche dans la gestion de ta présence en ligne. C’est un outil puissant pour raconter ton histoire, engager ton audience et propulser ton business vers de nouveaux sommets. Dans un monde où la concurrence est féroce et où chaque détail compte, savoir comment générer du contenu pertinent, authentique et captivant est essentiel.

Chaque jour, des milliers de contenus sont publiés sur les réseaux sociaux, les blogs et autres plateformes. **Se démarquer devient un défi de taille.** Mais c’est aussi une opportunité incroyable pour celles qui savent comment s’y prendre. En maîtrisant l’art de la création de contenu, tu peux non seulement attirer l’attention de ton audience, mais aussi établir une relation de confiance et de fidélité.

CE QUE NOUS **ALLONS VOIR..**

👉 L'objectif de cette formation est de te fournir toutes les astuces et stratégies nécessaires pour créer des idées de contenu en illimité. Tu apprendras à :

- 1. Connaître parfaitement ton audience cible :** Comprendre les besoins, les émotions et les attentes de ton public pour créer du contenu qui résonne vraiment avec eux.
- 2. Contextualiser ton contenu :** Intégrer ton histoire personnelle et ton expertise dans chaque publication pour établir une connexion authentique avec ton audience.
- 3. Comprendre le parcours client :** Adapter ton contenu aux différentes étapes du parcours de ton audience, de la découverte à l'achat.
- 4. Toucher les émotions :** Utiliser des techniques pour susciter des émotions et engager ton public de manière profonde.
- 5. Optimiser ton temps et tes efforts :** Apprendre à planifier et à organiser ta création de contenu de manière efficace, en utilisant des méthodes de "batching" et de "deep work".
- 6. Gérer les influences externes :** Éviter les pièges de la comparaison et apprendre à tirer parti des meilleures pratiques sans perdre ton authenticité.

Tu es ici parce que tu as une **vision et une ambition**. Tu sais que tu peux faire plus et mieux, et ce guide est là pour t'y aider. Il n'est pas toujours facile de créer du contenu de qualité, surtout quand on se sent dépassée par la tâche. 🛎 **Mais souviens-toi** : chaque étape de ce processus est une opportunité de croissance et d'apprentissage.

Contenu



CONNAÎTRE SON AUDIENCE CIBLE	1
CONTEXTUALISER SON CONTENU	2
COMPRENDRE LE PARCOURS CLIENT	3
TOUCHER LES ÉMOTIONS DE TA CIBLE	4
COMMENT PRÉPARER SON BATCHING	5
COMMENT FAIRE SON BATCHING	6
GÉRER SES SESSIONS DE SCROLLING	7
ANALYSER & OPTIMISER SON CONTENU	8
CHECK-LISTE POUR CRÉER SES REELS	9
CONCLUSION	10

*let's get
started*



Chapitre 1 :

CONNAÎTRE SON **AUDIENCE CIBLE**

1. Définir son client idéal sur les réseaux sociaux

Pour créer du contenu qui résonne vraiment avec ton audience sur les réseaux sociaux, il est essentiel de bien définir ton client idéal. Tu dois comprendre à qui tu t'adresses pour savoir comment lui parler et de quoi lui parler à travers ton contenu. Si ça te semble logique, lis la suite.

Exercice : Créer un profil de client idéal

👉 Questions pour définir ton audience cible :

1. Qui est ton audience ?

- Quel est l'âge moyen de tes abonnés ?
- Quel est leur genre majoritaire ?
- Où vivent-ils (pays, ville) ?

2. Quels sont leurs centres d'intérêt ?

- Quels sujets ou thématiques attirent leur attention ?
- Quels comptes et influenceurs suivent-ils ?
- Quels hashtags utilisent-ils souvent ?

Tu peux utiliser le site Answerthepublic qui te permettra de savoir quelles sont les questions les plus fréquemment posées dans une niche, et n'hésite pas à demander à ChatGPT quels sont les mots-clés les plus recherchés par ton audience dans ta niche en France.

3. Quels sont leurs besoins et défis ?

- Quels problèmes cherchent-ils à résoudre ?
- Quels objectifs personnels ou professionnels ont-ils ?
- Quelles sont leurs principales frustrations ?

4. Comment consomment-ils du contenu ?

- Préfèrent-ils les vidéos, les images, les stories, ou les posts écrits ?
- À quelle fréquence se connectent-ils aux réseaux sociaux ?
- Quels types de contenus les engagent le plus (likes, commentaires, partages) ?

5. Quelles émotions souhaitent-ils ressentir ?

- Cherchent-ils de la motivation, de l'inspiration, du divertissement, ou de l'information ?
- Quels types de contenus les font réagir émotionnellement ?

Étudier les comptes similaires :

- Analyse les comptes des influenceurs et marques dans ta niche.

Quels types de contenus postent-ils et quels sont ceux qui génèrent le plus d'engagement ?

- Lis les commentaires et interactions sur ces comptes pour comprendre ce qui plaît ou non à cette audience. Et commence à relever certaines problématiques qu'ils peuvent avoir.

Exemple de profil de client idéal

Nom : Sophie l'Entrepreneure

Âge : 28-35 ans

Genre : Femme

Localisation : Grandes villes en France

Centres d'intérêt :

- Entrepreneuriat et développement personnel
- Bien-être et fitness
- Mode et lifestyle

Besoins et défis :

- Cherche à développer son entreprise en ligne
- Veut équilibrer vie professionnelle et personnelle
- Besoin de motivation et d'inspiration quotidienne

Consommation de contenu :

- Préfère les vidéos courtes et inspirantes
- Connectée plusieurs fois par jour sur Instagram et LinkedIn
- Engage beaucoup avec les stories et les reels

Émotions recherchées :

- Inspiration et motivation pour ses projets
- Sentiment d'appartenance à une communauté ambitieuse
- Information pratique et actionnable

Quelle est ta mission et qui veux tu aider concrètement ?

Pour que ton contenu ait un véritable impact, il est crucial de définir ta **mission** sur les réseaux sociaux.

Voici quelques questions percutantes pour t'aider à clarifier ta mission et savoir précisément qui tu veux aider et comment :

👉 Questions pour définir ta mission :

1. Pourquoi veux tu être présent(e) sur les réseaux sociaux ?

- Quelle est la raison profonde qui te pousse à créer du contenu ?
- Quel est le message principal que tu souhaites véhiculer ?

2. Qui veux tu aider ?

- Quels types de personnes ou de communautés veux-tu toucher avec ton contenu ?
- Quels sont leurs besoins spécifiques que tu veux adresser ?

3. Comment veux-tu les aider ?

- Quel type de soutien ou de solutions veux-tu apporter à ton audience ?
- Veux-tu les inspirer, les informer, les divertir, ou les éduquer ?

4. Quels résultats espères-tu obtenir ?

- Comment veux tu que ton audience se sente après avoir consommé ton contenu ?
- Quelles actions veux tu qu'ils prennent suite à tes publications ?

5. Quelles valeurs veux tu incarner et transmettre ?

- Quelles sont les valeurs fondamentales de ton activité ou de ta marque ?
- Comment ces valeurs se reflètent-elles dans ton contenu ?

Exemple de mission :

Mission : Aider les femmes entrepreneures à trouver leur équilibre entre vie professionnelle et personnelle en leur fournissant des outils et des conseils pratiques, tout en les inspirant à poursuivre leurs rêves.

Qui : Femmes entrepreneures âgées de 28 à 35 ans vivant dans des grandes villes.

Comment : En partageant des vidéos inspirantes, des astuces de productivité, des témoignages de succès, et des conseils de bien-être.

Résultats espérés : Créer une communauté engagée de femmes ambitieuses qui se soutiennent mutuellement et qui se sentent plus confiantes et inspirées pour atteindre leurs objectifs.

Valeurs : Authenticité, inspiration, soutien mutuel, et croissance personnelle.

En répondant à ces questions, tu seras capable de **définir une mission claire et précise** pour ton contenu sur les réseaux sociaux.

Cette mission te servira de boussole pour créer des publications qui non seulement **attirent ton audience idéale**, mais qui les engagent et les fidélisent.

Texte à trous pour définir sa mission et son audience cible

👉 Voici un modèle de texte à trous que tu pourras remplir pour résumer ta mission, qui tu aides, comment, et les solutions que tu apportes :

Je m'appelle [Ton Nom] et je suis [Ta Profession ou Rôle].

Ma mission est de [Énoncer ta mission].

Je m'adresse principalement à [Décrire ton audience cible, par exemple : femmes entrepreneures, mamans à la maison, jeunes diplômés, etc.].

Mon objectif est d'aider [Audience cible] à [Objectif principal, par exemple : développer leur entreprise en ligne, équilibrer leur vie professionnelle et personnelle, trouver la motivation quotidienne, etc.].

Pour cela, je propose [Type de contenu ou de solution, par exemple : des vidéos inspirantes, des astuces de productivité, des témoignages de succès, des conseils de bien-être, etc.].

Les résultats que j'espère obtenir sont [Résultats attendus, par exemple : créer une communauté engagée, augmenter la confiance en soi de mon audience, les inspirer à passer à l'action, etc.].

Les valeurs que je souhaite transmettre à travers mon contenu sont [Valeurs fondamentales, par exemple : authenticité, inspiration, soutien mutuel, croissance personnelle, etc.].

👉 Voici un exemple prérempli :

Je m'appelle Marie et je suis coach en développement personnel.

Ma mission est de motiver et inspirer les femmes à atteindre leur plein potentiel.

Je m'adresse principalement à des femmes entrepreneures âgées de 28 à 35 ans, vivant dans des grandes villes.

Mon objectif est d'aider ces femmes ambitieuses à développer leur entreprise tout en trouvant un équilibre entre vie professionnelle et personnelle.

Pour cela, je propose des vidéos inspirantes, des astuces de productivité, des témoignages de succès, et des conseils de bien-être.

Les résultats que j'espère obtenir sont de créer une communauté engagée de femmes qui se soutiennent mutuellement et se sentent plus confiantes et inspirées pour atteindre leurs objectifs.

Les valeurs que je souhaite transmettre à travers mon contenu sont authenticité, inspiration, soutien mutuel, et croissance personnelle.

2. Comprendre les émotions et les besoins de son audience

En touchant les émotions et en répondant aux besoins de ton audience, tu crées un lien plus profond et plus engageant. Il est crucial de comprendre non seulement qui elle est, mais aussi ce qu'elle ressent et ce dont elle a besoin.

Pour commencer : Analyse les commentaires des followers et les posts de tes concurrents afin de noter un maximum de besoins, problèmes, questions pertinentes.

Et rejoins quelques groupes facebook, ou forum dans ta niche Observe les sujets qui suscitent le plus d'interaction et prends des notes sur les émotions et les besoins exprimés par les participants.

👉 **Exercice :** Carte des émotions

L'objectif est de créer une carte des émotions pour mieux visualiser les sentiments de ton audience.

1. Lister les émotions principales :

Identifie les émotions clés que ton audience pourrait ressentir (ex: joie, frustration, espoir, peur).

2. Associer des contextes :

Pour chaque émotion, note les situations ou les contextes dans lesquels ces émotions apparaissent.

3. Analyser les besoins sous-jacents :

Chaque émotion est souvent liée à un besoin. Par exemple, la frustration peut indiquer un besoin de solutions efficaces.

Exemple de carte des émotions :

Émotion	Contexte	Besoin sous-jacent
Joie	Réussir à atteindre un objectif	Reconnaissance, célébration
Frustration	Échec face à un défi	Soutien, solutions pratiques
Espoir	Découverte d'une nouvelle opportunité	Inspiration, guidance
Peur	Incertitude sur un nouveau projet	Sécurité, informations claires

Dans le marketing digital, **les émotions influencent fortement les décisions d'achat**, et les grandes marques exploitent souvent cette dynamique pour **promouvoir** leurs produits de manière impactante.

💡 Exemple : Coca-Cola

Coca-Cola est un excellent exemple d'une marque qui utilise habilement les émotions pour vendre ses produits. Leur campagne "Open Happiness" est emblématique. Plutôt que de se concentrer uniquement sur les caractéristiques du produit, Coca-Cola met en avant des moments de bonheur et de convivialité associés à la consommation de leur boisson.

Les publicités montrent des amis et des familles partageant des moments joyeux autour d'une bouteille de Coca-Cola, ce qui crée une association positive et émotionnelle avec le produit.

Cette stratégie aide à positionner la marque comme un **symbole de bonheur et de partage**, ce qui incite les consommateurs à choisir Coca-Cola non seulement pour son goût, **mais aussi pour les émotions qu'il évoque**.

Comment appliquer cela à ton business ?

En comprenant et en intégrant les émotions de ton audience dans ta stratégie de contenu, tu peux créer des campagnes plus engageantes et efficaces.

👉 **Voici quelques étapes pour y parvenir :**

- 1. Identifie les émotions clés :** Utilise les exercices et les méthodes mentionnés dans le chapitre 1 pour identifier les émotions les plus pertinentes pour ton audience.
- 2. Crée des récits émotionnels :** Intègre des histoires et des anecdotes qui évoquent ces émotions. Que ce soit la joie, l'espoir, ou la résilience, ces récits doivent être authentiques et en lien avec ton produit ou service.
- 3. Utilise des visuels puissants :** Les images et les vidéos sont particulièrement efficaces pour toucher les émotions. Choisis des visuels qui renforcent les sentiments que tu souhaites évoquer.
- 4. Engage ton audience :** Encourage ton audience à partager leurs propres histoires et expériences. Cela crée une communauté et renforce le lien émotionnel avec ta marque.

Chapitre 2 :

CONTEXTUALISER SON CONTENU

1. Lier son contenu à sa Storytelling

Contextualiser son contenu est crucial pour établir une connexion authentique avec ton audience. Cela signifie relier ton contenu à ta propre histoire et à ta niche, rendant ainsi chaque publication non seulement pertinente mais aussi personnellement engageante

Exercice : Rédiger sa propre histoire

👉 Tu vas développer un récit personnel qui humanise ta marque et crée un lien émotionnel avec ton audience.

1. Identifie les moments clés :

Pense aux événements marquants de ta vie ou de ton parcours professionnel qui ont façonné qui tu es aujourd'hui.

2. Rédiger un brouillon :

Écris une première version de ton histoire en intégrant ces moments clés.

3. Édite et peaufine :

Relis et ajuste ton récit pour qu'il soit clair, concis, et captivant.

Méthode : Utiliser des anecdotes personnelles et des leçons apprises

Anecdotes personnelles : Partage des histoires authentiques de ta vie ou de ton parcours professionnel pour illustrer tes points.

Leçons apprises : Mets en avant les leçons que tu as tirées de tes expériences et comment elles peuvent bénéficier à ton audience.

Ce que je combats : Relève toutes les choses avec lesquelles tu n'es pas alignée dans ta niche et ton domaine d'activité pour te positionner.

Ton pourquoi : Dévoile à ton audience la ou les raisons qui te poussent à vouloir atteindre cet objectifs, et qui justifient ta prise de décision.

Les valeurs : Mets en avant les valeurs fondamentales de ta marque à travers une histoire.

 **Rappel** : Il est importe de se rappeler que le storytelling ne signifie pas raconter chaque détail de sa vie. L'objectif est de transmettre un message clair et percutant, de créer une connexion émotionnelle avec ton audience.

(Ici tu as déjà 5 idées de storytelling à remixer à l'infini, penses-y)

Structure tes histoires :

- Introduction : Présente le contexte.
- Problème : Décrit le défi ou l'obstacle rencontré.
- Solution : Explique comment tu l'as surmonté.
- Conclusion : Partage les résultats et la leçon apprise.

2. Créer des liens pertinents entre le contenu et la niche

Exercice : Brainstorming de sujets liés à la niche

👉 Tu vas générer une liste de sujets de contenu qui sont directement liés à ta niche.

1. Liste des thèmes principaux : Note les thèmes et sous-thèmes les plus importants de ta niche.

2. Idées de contenu : Pour chaque thème, écris des idées de contenu spécifiques.

Par exemple, pour une niche de fitness, cela pourrait inclure des sujets sur l'alimentation, les routines d'exercice, ou des témoignages de transformation.

3. Sélection et organisation : Choisis les idées les plus pertinentes et organise-les en un plan de contenu.

Méthodes : Recherche des tendances et d'actualités dans la niche

- **Outils de recherche de tendances :** Utilise des outils comme Google Trends, BuzzSumo, ou les hashtags populaires sur les réseaux sociaux pour identifier les sujets tendances dans ta niche.

- **Actualités de la niche :** Suis les blogs, les forums, et les sites d'actualités spécialisés dans ta niche pour rester informé des dernières nouveautés et opportunités de contenu.

💡 Exemple de mise en pratique :

Supposons que ta niche soit la nutrition. Tu pourrais raconter une anecdote personnelle sur un moment où tu as changé ton alimentation et les impacts positifs que cela a eu sur ta santé. Ensuite, tu pourrais lier cette histoire à des conseils pratiques sur comment intégrer de nouveaux aliments sains dans son régime alimentaire, soutenu par des tendances actuelles en matière de nutrition.

❤️ Émotions à Provoquer :

- **Authenticité** : En partageant des histoires vraies et personnelles, tu montres que tu es authentique et sincère.
- **Empathie** : Tes histoires montrent que tu comprends les défis de ton audience, créant ainsi un sentiment de compréhension et de solidarité.
- **Inspiration** : En racontant comment tu as surmonté tes obstacles, tu inspires ton audience à croire en leurs propres capacités à réussir.

🧠 Sentiments Diffusés :

- **Confiance** : En partageant tes expériences et solutions, tu établis une relation de confiance avec ton audience. Ils voient que tu as les connaissances et l'expérience pour les aider.
- **Motivation** : Tes histoires de succès motivent ton audience à agir et à croire en leurs propres possibilités de réussite.
- **Engagement** : Une bonne histoire engage et captive ton audience, les encourageant à interagir et à suivre ton parcours.

➡️ Application sur Instagram :

- **Stories Instagram** : Utilise les stories pour partager des anecdotes quotidiennes, des moments de réflexion ou des succès récents.
- **Publications** : Élabore des posts plus longs où tu décris des moments clés de ton parcours. Utilise des visuels accrocheurs et des légendes captivantes pour maximiser l'impact.
- **Lives** : Fais des sessions en direct pour raconter des histoires en temps réel, répondre aux questions de ton audience et renforcer le sentiment de communauté.

Chapitre 3 :

COMPRENDRE LE PARCOURS CLIENT

1. Les phases du parcours client

Le parcours client est un concept clé pour comprendre comment attirer, engager, et convertir tes prospects en clients fidèles. Ce parcours se divise en plusieurs phases : **Know** (connaître), **Like** (aimer), **Trust** (faire confiance), et **Buy** (acheter).

Chaque phase nécessite des types de contenu spécifiques pour répondre aux besoins et attentes de ton audience depuis le moment où elle tombe sur ton compte et te découvre, jusqu'à l'acte d'achat.

👉 **Exercice :** Mapper le parcours client de ton audience

1. Identification des phases :

- Découverte (Know) : Le prospect prend conscience de son problème ou de son besoin.
- Considération (Like) : Le prospect explore des solutions possibles et commence à envisager ta marque.
- Évaluation (Trust) : Le prospect évalue tes offres par rapport à celles de tes concurrents.
- Décision (Buy) : Le prospect décide d'acheter ton produit ou service.

2. Analyse des points de contact : Note tous les points de contact où tes clients potentiels interagissent avec ton contenu.

3. Création de contenu adapté : Détermine quel type de contenu est le plus approprié pour chaque phase.

Niveau de Conscience de l'Audience

☛ Ton audience passe par différents niveaux de conscience :

- **Inconscient** : Ne connaît pas encore son problème ou besoin.
- **Conscient du problème** : Connaît son problème mais ne sait pas encore qu'il existe des solutions.
- **Conscient de la solution** : Sait qu'il existe des solutions mais ne connaît pas encore ta marque.
- **Conscient de ta marque** : Connaît ta marque mais n'a pas encore décidé de l'adopter.
- **Conscient et prêt à acheter** : Est prêt à acheter et compare les options disponibles.

Se Mettre dans la Peau d'un Inconnu

Lorsque tu crées du contenu, il est essentiel de te mettre dans la peau d'un inconnu qui a un intérêt pour ton domaine mais qui ne te connaît pas. Cet inconnu n'a ni confiance en lui, ni en ton produit, ni en la façon de vendre via le digital.

Pour captiver cette personne, tu dois constamment regarder ton contenu à travers ses yeux et te poser les questions suivantes :

- **Compréhensibilité** : Est-ce que mon contenu est compréhensible pour quelqu'un qui découvre mon domaine ?
- **Crédibilité** : Est-ce que je fournis suffisamment de preuves et d'exemples pour établir ma crédibilité ?
- **Identification** : Est-ce que mon audience peut s'identifier à mes histoires et à mes expériences ?
- **Engagement** : Est-ce que mon contenu incite à l'interaction et au dialogue ?

2. Créer du contenu pour chaque phase

Exemple 1 : Nutrition

Know (Connaître) : À cette phase, l'objectif est de faire connaître ta marque et d'attirer l'attention de nouveaux prospects.

- **Articles informatifs** : Rédige des articles de blog sur les bienfaits des superaliments, comme "Les avantages du quinoa pour une alimentation équilibrée". Optimise ces articles pour le SEO afin de les rendre plus visibles.
- **Vidéos explicatives** : Crée des vidéos courtes expliquant comment intégrer des aliments sains dans son régime quotidien. Par exemple, une vidéo intitulée "Comment préparer un smoothie vert en 5 minutes".
- **Publications sur les réseaux sociaux** : Utilise Instagram pour partager des photos de plats sains et des recettes rapides, avec des légendes engageantes pour susciter l'intérêt.

Like (Aimer) : À ce stade, il s'agit de faire aimer ta marque en créant du contenu engageant et pertinent.

- **Contenus engageants** : Publie des sondages sur Instagram Stories, demandant à ton audience quels types de recettes saines ils aimeraient voir.
- **Anecdotes personnelles** : Partage des histoires personnelles sur ton parcours vers une alimentation saine, comme "Comment changer mon alimentation a transformé ma santé".
- **Infographies** : Crée des infographies sur les bienfaits des différents nutriments et comment ils aident à améliorer la santé.

Trust (Faire confiance) : Ici, le but est de construire la confiance en montrant ton expertise et la satisfaction de tes clients.

- **Témoignages** : Publie des témoignages de clients qui ont suivi tes conseils nutritionnels et ont constaté des améliorations significatives dans leur santé.
- **Études de cas** : Détaille des études de cas montrant comment ton programme nutritionnel a aidé des individus à atteindre leurs objectifs de santé.
- **Démonstrations de produits** : Crée des vidéos montrant comment utiliser tes produits de nutrition, par exemple, “Comment utiliser notre poudre de protéine bio dans vos smoothies”.
- **Buy (Acheter)** : Enfin, encourage tes prospects à passer à l’achat avec des incitations appropriées.
- **Offres spéciales** : Propose des réductions sur des programmes nutritionnels ou des packs de produits pour inciter à l’achat.
- **Appels à l’action** : Utilise des CTA clairs dans tes publications et newsletters, comme “Achetez maintenant et recevez 10% de réduction sur votre première commande”.
- **Garanties** : Offre une garantie de satisfaction ou une politique de retour flexible pour rassurer tes prospects.

💡 Exemple 2 : Fitness

Know (Connaître) : À cette phase, l'objectif est de faire connaître ta marque et d'attirer l'attention de nouveaux prospects.

- **Articles informatifs** : Rédige des articles de blog sur les bienfaits de différents types d'exercices, comme "Pourquoi le HIIT est parfait pour brûler des calories rapidement".
- **Vidéos explicatives** : Crée des vidéos courtes expliquant des exercices simples à faire à la maison, comme "10 minutes de HIIT pour débutants".
- **Publications sur les réseaux sociaux** : Utilise des posts Instagram pour partager des routines d'entraînement rapides avec des images et des descriptions détaillées.

Like (Aimer) : À ce stade, il s'agit de faire aimer ta marque en créant du contenu engageant et pertinent.

- **Contenus engageants** : Publie des challenges de fitness hebdomadaires sur Instagram pour encourager ton audience à participer et partager leurs progrès.
- **Anecdotes personnelles** : Partage des histoires personnelles sur ton propre parcours de fitness, comme "Comment j'ai perdu 10 kg avec le HIIT".
- **Infographies** : Crée des infographies expliquant les bénéfices de différentes routines d'exercices et comment elles affectent le corps.

Trust (Faire confiance) : Ici, le but est de construire la confiance en montrant ton expertise et la satisfaction de tes clients.

- **Témoignages** : Publie des témoignages de clients qui ont suivi tes programmes de fitness et ont atteint leurs objectifs.
- **Études de cas** : Détaille des études de cas montrant les transformations avant-après de tes clients grâce à tes programmes de fitness.
- **Démonstrations de produits** : Crée des vidéos démontrant l'utilisation correcte de tes équipements de fitness ou accessoires.

Buy (Acheter) : Enfin, encourage tes prospects à passer à l'achat avec des incitations appropriées.

- **Offres spéciales** : Propose des abonnements à prix réduit pour tes programmes d'entraînement en ligne ou des packs d'équipements de fitness.
- **Appels à l'action** : Utilise des CTA clairs dans tes publications et newsletters, comme "Rejoignez notre programme de fitness maintenant et économisez 20%".
- **Garanties** : Offre une période d'essai gratuite ou une garantie de remboursement pour rassurer tes prospects.

En suivant ces étapes et en adaptant ton contenu à chaque phase du parcours client, tu peux améliorer considérablement l'engagement et les conversions.

🔔 **Rappelle-toi** que le but est de construire une relation de confiance avec ton audience en leur fournissant des informations pertinentes et en leur montrant que tu comprends et peux résoudre leurs problèmes.

Chapitre 4 :

TOUCHER LES ÉMOTIONS DE SA CIBLE

1. Techniques pour toucher les émotions

Toucher les émotions de ton audience nécessite une compréhension approfondie de ce qui les motive, les inquiète, et les inspire. Voici quelques techniques pour y parvenir :

👉 **Exercice :** Liste les émotions à provoquer

1. La joie

L'objectif est de créer des moments de bonheur et de positivité pour renforcer le sentiment de bien-être chez ton audience.

- **Exemple 1 :** Partage une photo de toi ou de ton équipe célébrant une réussite (lancement de produit, atteinte d'un objectif). Accompagne-la d'un texte sur l'importance de célébrer les petites et grandes victoires.

- Légende : "Rien ne vaut le sentiment d'accomplir quelque chose ensemble ! 🎉 Aujourd'hui, nous célébrons [insérez le succès]. Quel moment de bonheur ! Quelles sont vos petites victoires cette semaine ? Partagez-les avec nous !"

- **Exemple 2 :** Poste une vidéo humoristique ou un moment drôle de ta journée. Utilise des stories pour capturer des instants spontanés qui apportent un sourire.

- Légende : "Le rire est la meilleure thérapie 😂! Voici un moment drôle de ma journée pour vous apporter un sourire."

2. La tristesse

Ici tu vas montrer ta vulnérabilité et ton authenticité pour créer un lien empathique avec ton audience.

- **Exemple 1** : Partage une expérience personnelle difficile et comment tu l'as surmontée. Inclue une photo qui reflète le moment ou les émotions ressenties.

- Légende : "Il y a quelques mois, j'ai traversé une période difficile... [Description de l'expérience]. Mais cette épreuve m'a appris que la résilience est la clé. Si vous traversez un moment difficile, sachez que vous n'êtes pas seul."

- **Exemple 2** : Utilise des citations inspirantes sur la tristesse et le courage pour montrer ton soutien à ceux qui en ont besoin.

- Légende : "La tristesse fait partie de la vie, mais c'est aussi un chemin vers la guérison. 🌧️ 'La force ne vient pas de la capacité physique, mais d'une volonté indomptable.' - Gandhi. Prenez soin de vous."

3. L'inspiration

Tu vas motiver et encourager ton audience à atteindre leurs objectifs et à croire en leurs capacités.

- **Exemple 1** : Partage une histoire de réussite, que ce soit la tienne ou celle de quelqu'un d'autre, qui peut inspirer ton audience.

- Légende : "De zéro à héros ! 🌟 [Nom] a surmonté d'énormes défis pour atteindre ses rêves. Son parcours est une source d'inspiration incroyable. Croyez en vous et en vos rêves."

- **Exemple 2** : Publie des citations inspirantes avec des visuels attractifs. Raconte pourquoi cette citation est importante pour toi.

- Légende : “‘Le seul endroit où le succès vient avant le travail, c’est dans le dictionnaire.’ – Vidal Sassoon. Cette citation me rappelle chaque jour que la persévérance paie toujours. Qu’est-ce qui vous inspire ?”

4. La motivation

Tu vas encourager ton audience à passer à l’action et à rester déterminée dans la poursuite de leurs objectifs.

- **Exemple 1** : Partage des conseils pratiques ou des défis pour motiver ton audience à prendre des mesures concrètes.

- Légende : “Défi du jour : Faites une chose aujourd’hui qui vous rapproche de votre objectif. 🚀 Qu’avez-vous accompli aujourd’hui ?”

- **Exemple 2** : Utilise des photos de ta propre routine de travail ou d’entraînement pour montrer comment tu restes motivé(e).

- Légende : “La motivation commence par une seule action. Voici comment je commence chaque journée avec énergie 💪. Et vous, comment commencez-vous la vôtre ?”

5. La nostalgie

Ici on va évoquer des souvenirs et des moments passés pour créer un sentiment de connexion et de chaleur.

- **Exemple 1** : Partage des photos d’événements passés ou des souvenirs d’enfance avec des histoires personnelles.

- Légende : “Retour en arrière... Ce jour-là, nous [description de l'événement]. Quels sont vos meilleurs souvenirs d'enfance ?”

- **Exemple 2** : Utilise des hashtags spécifiques à des tendances nostalgiques (#ThrowbackThursday) pour engager ton audience à partager leurs propres souvenirs.

- Légende : “#ThrowbackThursday à ce moment inoubliable en [année]. La vie était tellement différente alors ! Quels souvenirs vous viennent à l'esprit en voyant cette photo ?”

2. Créer des contenus émotionnellement engageants

👉 **Exercice** : Rédiger un contenu émotionnel

Dans la niche du sport et de la perte de poids, toucher les émotions de son audience peut grandement augmenter l'engagement et la fidélité. Pour y parvenir, voici comment utiliser la joie, la motivation et l'inspiration.

La Joie

Objectif : Créer des moments de bonheur et de satisfaction liés aux réussites et aux progrès.

- **Exemple** : Partage une vidéo avant/après d'un client qui a atteint son objectif de perte de poids.

- Légende : “Regardez le parcours incroyable de [Nom] ! 🎉 En seulement 6 mois, elle a transformé sa vie. Quelqu'un d'autre ici a déjà ressenti cette joie intense après avoir atteint un objectif de fitness ? Partagez votre histoire en commentaire !”

La Motivation

Objectif : Encourager ton audience à persévérer et à rester déterminée dans la poursuite de leurs objectifs de fitness.

- **Exemple :** Publie une vidéo de ta propre routine d'entraînement, montrant les hauts et les bas, et comment tu restes motivé.

- Légende : "Chaque jour est une nouvelle opportunité 💪. Voici comment je reste motivé même les jours où c'est difficile. Qu'est-ce qui vous motive à ne jamais abandonner ?"

L'Inspiration

Objectif : Inspire ton audience en partageant des histoires de réussite et des transformations incroyables.

- **Exemple :** Raconte l'histoire inspirante d'un client qui a surmonté des obstacles majeurs pour atteindre ses objectifs de fitness.

- Légende : "L'histoire de [Nom] est une véritable source d'inspiration. Malgré les obstacles, elle a persévéré et a perdu 20 kg en un an. Si elle a pu le faire, vous le pouvez aussi ! Qu'est-ce qui vous inspire à poursuivre vos rêves ?"

Voici donc un exemple dans une niche, tu peux faire le même exercice pour ta niche et choisir les émotions que tu souhaites susciter à ton audience.

Conseils pour la création vidéo (dans ce cas)

Visuels :

Utilise des vidéos et des photos haute résolution pour capter l'attention de ton audience. Choisis des couleurs qui évoquent l'énergie et la vitalité, particulièrement pour des thèmes de fitness et de santé. Et filme dans des environnements inspirants et motivants, comme une salle de sport bien éclairée ou un parc ensoleillé.

Musique :

Utilise des musiques qui boostent l'énergie et la motivation. Des genres comme l'électronique, le pop et le rock sont souvent efficaces. Assure-toi que la musique s'aligne avec le rythme de la vidéo, notamment lors des moments clés comme les transitions avant/après. Pour éviter les problèmes de droits d'auteur, utilise des musiques libres de droits disponibles sur des plateformes comme Epidemic Sound ou YouTube Audio Library.

Narration et texte :

Parle de manière authentique et sincère. Les récits personnels et les témoignages résonnent mieux avec l'audience. Ajoute des sous-titres pour les parties clés de ta vidéo afin de capter l'attention même sans le son. Utilise des polices lisibles et des couleurs contrastantes. Et enfin, incorpore des appels à l'action clairs, comme "Partagez votre histoire en commentaire" ou "Téléchargez mon guide gratuit".

Exercice pratique :

Tu vas créer des posts/reels émotionnels en choisissant les émotions que tu veux provoquer, et en créant un post pour tes réseaux sociaux. Tu vas utiliser les techniques et méthodes abordées dans ce chapitre. Analyse ensuite les réactions de ton audience pour affiner ton approche.

Chapitre 5 :

COMMENT PRÉPARER SON BATCHING

1. Introduction aux piliers de contenu

Le batching de contenu est une méthode efficace pour planifier et créer du contenu en grand quantité tout en maintenant une cohérence et une qualité élevées. Pour y parvenir, nous allons utiliser les piliers de contenu comme base de notre stratégie et le travail par blocs.

🧠 Les piliers de contenu sont des thèmes centraux qui guident ta création de contenu. Voici une liste des principaux piliers et des exemples concrets de types de contenu que tu peux créer dans la niche du marketing digital pour gagner de l'argent en ligne.

1. Toucher les émotions et les points de douleur

Pour toucher les émotions de ton audience, tu dois identifier et mettre en avant leurs points de douleur. Quels sont les problèmes qu'ils rencontrent actuellement avant de découvrir ta solution ? Parle de leurs frustrations, de leurs échecs, et de leurs peurs. Voici comment procéder dans la niche du marketing digital (make money online) :

- **Exemple** : Crée une vidéo où tu parles des défis courants pour démarrer un business en ligne, comme le manque de connaissances, la peur de l'échec, et l'incertitude financière.
- Légende : "Vous vous sentez perdu avec toutes les informations sur le business en ligne ? Vous n'êtes pas seul. Voici comment surmonter ces défis et trouver la clarté."

2. Projections et rêves

Il est crucial de rappeler à ton audience leurs aspirations et leurs rêves. Aide-les à visualiser ce qu'ils peuvent accomplir s'ils surmontent leurs problèmes actuels. Dans la niche des opportunités financières en ligne, parle de liberté financière, de flexibilité, et de la possibilité de vivre selon leurs propres termes.

- **Exemple** : Publie une story Instagram où tu parles de tes propres rêves de liberté financière et d'expatriation, et comment le marketing digital t'a aidé(e) à les réaliser.

- Légende : "Imaginez une vie où vous travaillez de n'importe où dans le monde, en étant financièrement libre. C'est possible, et voici comment vous pouvez y arriver aussi."

3. Contextualiser avec votre Storytelling

Utilise le storytelling pour contextualiser tes messages. Partage des histoires personnelles qui montrent que tu as fait face aux mêmes problèmes que ton audience et que tu as trouvé une solution.

- **Exemple** : Rédige un carrousel où tu racontes comment tu es passé de salarié(e) stressé(e) à entrepreneur digital prospère.

- Légende : "Il y a quelques années, j'étais dans la même situation que vous. Voici mon parcours vers l'indépendance financière grâce au marketing digital."

4. Évoquer ton pourquoi

Explique pourquoi tu es passionné(e) par ce que tu fais. Parle de ta mission, de tes valeurs, et de ce qui te motive à aider ton audience. Cela humanise ta marque et crée une connexion plus profonde.

- **Exemple** : Crée une vidéo où tu expliques pourquoi tu as choisi le marketing digital et comment cela reflète tes valeurs personnelles.

- Légende : “Je crois profondément que je peux gagner plus tout en profitant de la vie avec l’entrepreneuriat digital. Voici pourquoi j’ai décidé de partager mes connaissances avec vous.”

5. Présenter la solution

Après avoir identifié les problèmes et évoqué les rêves, présente ta solution comme la réponse à ces problèmes. Fais-le de manière engageante et pose des questions pour impliquer ton audience.

- **Exemple** : Envoie un email marketing qui commence par “Et si je vous disais qu’il existe une solution pour démarrer votre business en ligne même en partant de zéro ? Imaginez un programme qui vous guide pas à pas...”

- Légende : “Imaginez une solution pour démarrer votre business en ligne même en partant de zéro ? Imaginez un programme qui vous guide pas à pas. Seriez-vous prêt à saisir cette chance ?”

6. Avantages de ta solution

Explique clairement les avantages de ta solution. Montre en quoi elle est unique et pourquoi elle fonctionne. Utilise des exemples concrets et des études de cas pour renforcer ton message.

- **Exemple** : Publie un post qui résume les principaux avantages de ton business modèle, pas d’équipe, pas de stock, pas de temps contre de l’argent.

- Légende : “Oublie les business modèle qui ont cartonné pendant des années, en 2024 place au Marketing digital et aux produits digitaux.”

7. Montre ton expertise

Partage tes astuces, les outils que tu utilises, les choses à faire ne pas faire dans ta niche. Utilise des exemples concrets et éduque ton audience dans ton domaine.

- **Exemple** : Publie un reel qui donne des idées de produits digitaux à créer dans ta niche.
- Légende : “Voici les niches les plus rentables sur les réseaux sociaux dans laquelle il y a une forte demande”

 **Toucher les émotions de ton audience, traiter leurs problématiques, et les guider vers leurs rêves sont essentiels pour créer un contenu engageant et efficace. Mais montrer ton autorité et ta crédibilité l'est tout autant.**

Utilise les piliers de contenu pour structurer ton approche et assure-toi de toujours apporter de la valeur. En suivant ces étapes, tu seras en mesure de captiver ton audience et de les convertir en clients fidèles.

👉 Tu peux trouver des milliers d'idées sur les réseaux sociaux et même sur des blogs, et nous le feront, mais avant tout, tu dois te connaître, t'apprécier, apprendre à connaître ta cible et te mettre à sa place pour maîtriser ton sujet.

Si tu commences à t'inspirer des autres sans définir la ligne directrice que tu veux suivre, tu ne prendras pas le bon chemin.

2. Préparation au Batching de contenu

✍ Avant de commencer à scroller en quête d'inspiration, tu vas prendre une feuille et un stylo et noter les idées qui te viennent en fonction de ta cible.

Nous allons traiter chaque piliers les uns après les autres et tu verras que toutes les idées notées, te serviront à l'infini pour créer du contenu.

🧠 Mets toi en tête qu'on invente pas la roue, les idées principales restent quasi les mêmes pour toutes les personnes de ta niche, mais c'est la façon dont tu vas les amener, et ta touche personnelle qui vont jouer en ta faveur.

Donc le plus important, c'est de te mettre dans la peau de ta cible pour créer un contenu qui résonnera le mieux avec ses besoins.

👉 Je vais le faire dans la mienne, **gagner de l'argent en ligne avec le marketing digital.**

De ton côté, fais le même exercice avec ta cible, et conserve précieusement toutes les idées que tu auras notées.

🔔 Note importante :

Tu vas trouver environ 5 idées par pilier de contenu, chacune de ces idées pourra être réutilisée tous les mois pour ta création de contenu, sous différents formats, en les tournant d'une autre manière, en les intégrant à une trend sur les réseaux etc..

👉 Toucher les émotions et les points de douleur

Pour toucher les **émotions de ton audience** et qu'elle se sente concernée par ton contenu, tu peux évoquer des problématiques qu'elle vit actuellement. Chaque idée suivante représente un contenu que tu peux créer et **remixer à l'infini**, car cela fait partie des émotions et des problématiques que vit ta cible avant d'avoir la solution.

1. Manque d'argent pour profiter de la vie

- Idée de contenu : Post Instagram ou Réel évoquant la frustration de ne pas pouvoir faire des activités plaisantes faute de moyens financiers.

2. Manque de temps pour profiter des proches

- Idée de contenu : Story Instagram ou Carrousel décrivant une journée typique de métro, boulot, dodo, sans épanouissement personnel.

3. Sécurité du salariat mais plafond de verre

- Idée de contenu : Post Instagram expliquant le stress lié à la sécurité du salariat mais l'incapacité à suivre l'inflation et l'augmentation du coût de la vie.

4. Culpabilité de ne pas pouvoir faire plaisir aux proches

- Idée de contenu : Vidéo Instagram montrant des situations où tu aurais voulu offrir plus à tes proches mais n'avais pas pu à cause des contraintes financières.

5. Se sentir perdu face aux opportunités en ligne

- Idée de contenu : Réel expliquant la confusion et la méfiance face aux multiples opportunités de revenus en ligne.

👉 Les faire se projeter vers leurs envies

Pour projeter ton audience dans **leurs rêves et leurs envies**, il est essentiel de peindre des tableaux inspirants qui montrent ce qu'ils peuvent accomplir. Voici quelques idées concrètes de contenu Instagram pour aider ton audience à **visualiser un avenir meilleur** grâce aux revenus générés en ligne. (fais le pour ta niche)

1. Travailler depuis le confort de leur canapé

Idée de contenu : Post Instagram ou Réel montrant une personne travaillant confortablement depuis son canapé avec une tasse de café à la main, un lundi matin.

2. Faire du shopping sans compter

Idée de contenu : Story Instagram ou Carrousel montrant une personne faisant du shopping sans se soucier des prix, grâce aux revenus supplémentaires apportés par le marketing digital.

3. Voyager et se payer des voyages de rêve

Idée de contenu : Post Instagram ou Réel montrant des images de voyages exotiques, de plages paradisiaques ou de destinations de rêve accessibles grâce aux revenus générés en ligne.

4. Epargner pour des projets grâce à un business automatisé

Idée de contenu : Réel Instagram relatant ton expérience, le fait que tu puisses mettre de côté et parler de ton projet.

5. Vivre pleinement de cette activité en ligne :

Idée de contenu : Présente une journée dans ta vie d'entrepreneur, toi qui vis pleinement de ta passion et gère ton temps comme tu le souhaites.

Partager ton Storytelling

1. Anecdote personnelle :

- Idée de contenu : Partage une anecdote personnelle de ton parcours professionnel.
- Exemple : “Je me souviens de mes débuts quand je travaillais dans un petit bureau et rêvais de plus grandes opportunités. Un jour, j'ai décidé de quitter mon emploi stable pour suivre ma passion pour le marketing digital. Ce saut dans l'inconnu a été effrayant, mais c'est la meilleure décision que j'ai jamais prise. Aujourd'hui, je gère une académie de marketing digital avec plus de 600 membres. Chacun de vous peut accomplir des choses incroyables avec du courage et de la détermination.”

2. Leçon apprise :

- Idée de contenu : Mets en avant une leçon importante que tu as tirée de tes expériences.
- Exemple : “Une leçon cruciale que j'ai apprise est l'importance de l'échec dans le processus de réussite. J'ai échoué plusieurs fois avant de réussir. Chaque échec m'a appris quelque chose de nouveau et m'a rendu plus fort. Par exemple, ma première campagne marketing n'a pas atteint les objectifs, mais j'ai appris à analyser les données et à adapter mes stratégies, ce qui a conduit à des campagnes beaucoup plus réussies par la suite.”

3. Ce que tu combats :

- Idée de contenu : Parle des opportunités trompeuses en ligne que tu combats.
- Exemple : “Je combats les ‘opportunités’ en ligne qui promettent des gains rapides et faciles mais qui ne font que vider votre portefeuille. Il est crucial de savoir reconnaître ces pièges.

Par exemple, les programmes qui promettent des revenus sans effort ou les formations coûteuses sans contenu valable. Je me suis engagé à offrir des formations transparentes et de qualité qui apportent une vraie valeur ajoutée.”

4. Ton pourquoi :

- Idée de contenu : Explique les raisons qui te poussent à atteindre tes objectifs.

- Exemple : “Mon pourquoi est de permettre à chaque personne de réaliser son potentiel grâce au marketing digital. J’ai vu comment le digital peut transformer des vies et offrir des opportunités incroyables. C’est pourquoi je travaille dur pour fournir des outils et des connaissances à ma communauté, afin qu’ils puissent également atteindre leurs rêves et améliorer leur qualité de vie.”

5. Tes valeurs :

- Idée de contenu : Mets en avant tes valeurs fondamentales.

- Exemple : “Je crois fermement que la connaissance est le pouvoir. C’est pourquoi j’organise des webinaires gratuits et des sessions de formation pour partager ce que j’ai appris. Le dépassement de soi est également crucial : chaque défi est une opportunité de grandir. Enfin, sortir de sa zone de confort est nécessaire pour toute croissance personnelle et professionnelle.”

👉 L'importance du contenu d'autorité

1. Avantages de ton offre :

- Idée de contenu : Crée un carrousel illustrant les principaux avantages de ton programme de formation. (pas de stock, pas de cout de production, 100% profit...)
- Exemple : "J'ai lancé un business en ligne rentable pour 0 euro. Voici comment "

2. Etude de cas :

- Idée de contenu : Publie une étude de cas détaillée montrant comment un client a transformé sa vie grâce à ta formation en marketing digital.
- Exemple : "De l'usine à 8000 euros par mois en 6 mois grâce au Marketing digital. En combinant un bon état d'esprit, des compétences clés et un accompagnement sur mesure, elle a atteint ses objectifs de vie. Parcours complet en description"

3. Susciter la curiosité :

- Idée de contenu : Donne envie à ton audience de savoir la suite.
- Exemple : "Et si je te disais que tu pouvais recevoir des notifications de ventes pendant que t'es en train de boire un coup en terrasse ?"

4. Donne un ordre à ton audience

- Idée de contenu : Sois autoritaire et montre que tu sais ce qui est bon pour ton audience.
- Exemple : "Arrête de courir après l'objet brillant, et pour une fois choisis un business qui s'adapte à tes envies et tes objectifs"

5. Comparaison avec les alternatives :

- Idée de contenu : Compare ta solution avec d'autres alternatives disponibles sur le marché et met en avant ta proposition unique de valeur.

- Exemple : "Tu pourras payer toutes les formations du monde, même la plus chère faite par un millionnaire, mais si tu n'es pas accompagné, il y a 80% de chance que, sois tu abandonnes en chemin, sois que tu fasses du hors-sujet "

6. Résultats :

- Idée de contenu : Mets en avant tes résultats ou les avant-après de tes clients-collègues.

- Exemple : "Le marketing digital est un scam (et tu présentes les screen des résultats des clients)"

👉 Tu vas traiter les objections

Tu vas lister tous les **doutes**, toutes les **craintes** et les **croyances limitantes** que peut avoir ta cible au sujet de ton offre, et tu pourras créer des idées de contenu illimitées à partir de ça.

1. Peur de l'échec :

- Idée de contenu : Tu vas parler à la place de ton client cible pour qu'il voit que tu comprends ce qu'il ressent.

- Exemple : "Imagine je me lance et je ne gagne rien VS Imagine ça marche " avec des visuels inspirants.

2. Peur de l'arnaque :

- Idée de contenu : Publie une citation pour illustrer le fait que ta cible se pose souvent beaucoup trop de questions, parfois c'est bénéfique et parfois ça la ralenti dans sa progression.
- Exemple : "Les riches seront de plus en plus riches car les pauvres voient les opportunités comme des arnaques."

3. Manque de temps

- Idée de contenu : Publie un reel clivant pour montrer à ton audience qu'elle se voile la face.
- Exemple : "Là où tu vois un manque de temps, je vois de fausses excuses pour ne pas te bouger et améliorer ta vie, on a tous le temps c'est une question de priorité. Je t'explique comment en description."

👉 Et enfin assoie ton expertise

Tu vas partager de la **valeur gratuitement** à ton audience, leur donner l'eau à la bouche sans tout donner. Cela va montrer ta crédibilité dans ton domaine.

1. Astuces et conseils :

- Idée de contenu : Montre à ton audience comment faire quelque chose en un temps donné, de préférence rapide et efficace.
- Exemple : "Voici comment créer un ebook avec Canva gratuitement en quelques heures (tu partageras directement ton écran en mode tutoriel)"

2. Erreurs à ne pas faire :

- Idée de contenu : Donne des conseils à ton audience en partageant des erreurs à ne pas faire.
- Exemple : “Arrête de vendre des produits sur tes réseaux sans plus value, et crée plutôt un programme de qualité à vendre avec lequel tu gagneras 100% de bénéfices et dans lequel tu recommanderas également tes produits, 1 pierre 2 coups.”

3. Les outils que tu utilises :

- Idée de contenu : Partage les outils que tu utilises pour améliorer tes performances dans ta niche.
- Exemple : “Je gagne de l’argent en ligne grâce à ces 4 applications gratuites”

4. Ce qu’on ne te dira jamais mais moi si :

- Idée de contenu : Partage de la valeur gratuitement à ton audience, quelque chose que tu pourrais donner dans une offre payante, un échantillon de ton expertise.
- Exemple : “Voici les 3 choses à mettre en place avant de lancer ton offre sur les réseaux sociaux”

5. Une journée dans ma vie de... (ex :une journée dans mon assiette)

- Idée de contenu : Partage les coulisses de ta vie et de ton expertise.
- Exemple : “Une journée dans ma vie d’entrepreneur en ligne et de maman” Vidéo de ton quotidien, tâches, appels, moments en famille etc..

3. Ton tableau de piliers de contenu

Maintenant que tu as toutes les connaissances sur les piliers de contenu, il est temps de passer à l'action ! Voici les étapes pour structurer tes idées et rester concentré(e) sur ton client idéal tout en t'inspirant d'autres créateurs.

💡 **Étape 1 : Création du Tableau**

1. Choisis ton outil :

- Utilise Canva pour créer un tableau numérique interactif 📊.
- Sinon, prends un cahier pour une version manuscrite 📓.

2. Embellis ton tableau :

- Utilise des Stabilo ou d'autres surligneurs pour colorer et distinguer chaque catégorie visuellement 🎨.
- Assure-toi que chaque pilier de contenu a sa propre section bien définie.

💡 **Étape 2 : Remplissage des Catégories**

1. Catégories et Idées :

- Expertise : Note au moins 5 idées de contenu démontrant ton expertise.
- Objections : Inscris 5 idées pour répondre aux objections courantes.
- Contenu d'Autorité : Ajoute 5 idées qui montrent ton autorité dans le domaine.
- Storytelling : Pense à 5 histoires personnelles ou anecdotes à partager
- Envies et Points de Douleur de la Cible : Liste 5 idées qui adressent les désirs et les défis de ton audience.

2. Total :

- Tu auras un minimum de 30 idées de contenu à exploiter indéfiniment.

Étape 3 : Inspiration et Focus

1. Inspiration :

- Scrolle sur les réseaux sociaux pour t'inspirer du contenu d'autres créateurs 📱.
- Note les idées intéressantes et adapte-les à ton propre contexte.

2. Reste Focus :

- Garde toujours en tête ton client idéal et ce qui résonne avec lui.
- Utilise ton tableau de contenu comme guide pour ne pas t'écarter de ton chemin malgré les distractions et les comparaisons aux autres 🚀.

Conclusion

Nous avons commencé par une réflexion approfondie pour te permettre de connaître ton chemin et ne pas t'en écarter. Ce tableau de contenu t'aidera à rester structuré(e) et à créer du contenu pertinent qui capte et engage ton audience cible.

Maintenant, prends tes outils et commence à créer ton tableau de contenu.

Tu es prêt(e) à passer à l'action ! 💪🌟

Chapitre 6 :

COMMENT ORGANISER SON BATCHING

1. Techniques pour optimiser ton temps

Créer du contenu engageant chaque semaine peut sembler une tâche monumentale, mais avec les **bonnes techniques**, tu peux le faire de manière efficace et rapide. Voici comment utiliser le **DIP Working**, le blocage de temps, l'élimination des distractions, et la planification pour maximiser ta productivité. 🚀

Le DIP Working

Le DIP Working (Deep Immersion Period) consiste à te plonger profondément dans une tâche spécifique sans interruption.

C'est une méthode extrêmement efficace pour accomplir du travail de haute qualité en un minimum de temps.

1. Planifie tes sessions de DIP Working :

- **Définis des blocs de temps spécifiques** : Par exemple, réserve deux heures chaque matin pour te concentrer exclusivement sur la création de contenu. (ce peut-être des heures, mais aussi des quart d'heure du moment qu'ils sont efficaces tu peux morceler tes temps de travail)
- **Prévois une routine** : Commence chaque session avec une routine qui te met en condition de travail intense, comme un bref exercice de respiration ou une méditation rapide. (ça peut-être des écouteurs et un café)

2. Élimine les distractions :

- **Désactive les notifications** : Mettez ton téléphone en mode avion ou utilise des applications comme Forest pour t'aider à rester concentré(e).
- **Utilise des outils de blocage de sites** : Des outils comme Cold Turkey ou StayFocusd peuvent t'empêcher de te disperser sur les réseaux sociaux et autres sites non essentiels.

3. Prépare ton espace de travail :

- **Un environnement ordonné** : Assure-toi que ton espace de travail est propre et organisé. Un espace désencombré aide à garder l'esprit clair.
- **Musique de fond** : Si cela t'aide, écoute de la musique instrumentale ou des bruits blancs pour améliorer ta concentration.

Blocage de Temps

Le blocage de temps est une technique où tu **divises ta journée en blocs** de temps dédiés à des **tâches spécifiques**. Cette méthode te permet de visualiser clairement tes tâches et de t'assurer que tu consacre suffisamment de temps à chaque activité importante.

1. Crée un emploi du temps hebdomadaire :

- **Identifie les tâches clés** : Note toutes les tâches essentielles que tu dois accomplir chaque semaine.
- **Alloue des blocs de temps** : Par exemple, bloque chaque lundi matin pour la planification de contenu, chaque mercredi après-midi pour la création de contenu, et chaque vendredi pour la révision et la programmation des publications.

2. Reste flexible :

- **Adaptabilité** : Laisse de l'espace pour les imprévus et les urgences. Si quelque chose d'urgent survient, tu pourras réajuster ton emploi du temps sans stress.

Élimination des Tâches Non Essentielles

Pour optimiser ton temps, il est crucial de **reconnaître et d'éliminer les tâches** qui n'apportent pas de valeur ajoutée à ton travail.

1. Analyse de tes activités quotidiennes :

- **Liste de tâches** : Fais une liste de toutes les tâches que tu accomplis quotidiennement.
- **Évaluation** : Classe ces tâches par ordre d'importance et d'impact sur tes objectifs. Supprime ou délègue les tâches qui n'ont pas un impact direct.

2. Automatisation et délégation :

- **Utilise des outils d'automatisation** : Des outils comme Zapier ou IFTTT peuvent automatiser les tâches répétitives.
- **Délègue** : Si possible, délègue certaines tâches à des assistants virtuels ou à des membres de ton équipe, de ta famille pour le personnel.

Planifier des Sessions de DIP Working

1. Calendrier dédié :

- Réserve des créneaux fixes chaque semaine pour tes sessions de DIP Working. Par exemple, tous les mardis et jeudis de 9h à 11h.

- **Protection de ton temps** : Traite ces créneaux comme des rendez-vous importants et évite de les annuler ou de les déplacer sauf en cas de nécessité absolue.

2. Préparation préalable :

- **Liste de tâches précises** : Avant chaque session, prépare une liste de ce que tu dois accomplir. Cela t'évitera de perdre du temps à réfléchir sur ce que tu dois faire pendant la session.

Gagner du Temps dans ta Journée

1. Commence ta journée plus tôt :

- **Routine matinale** : Adopte une routine matinale qui te met en bonne condition pour la journée. Cela peut inclure de l'exercice, de la méditation, ou simplement un moment de lecture.

2. Batching des tâches :

- **Regroupe les tâches similaires** : Par exemple, consacre une demi-journée à l'enregistrement de toutes tes vidéos pour la semaine au lieu de les enregistrer une par une chaque jour.

3. Limitation des réunions :

- **Réduis le nombre de réunions** : Limite les réunions aux plus essentielles et garde-les courtes et précises.

En suivant ces techniques, tu pourras maximiser ta productivité.

Prêt(e) à passer à l'action ? Commence dès maintenant à structurer tes journées et observe la différence ! 👊

2. Organise tes Sessions de Création de Contenu

Pour produire un contenu qui résonne avec ton audience chaque semaine, il est crucial d'**organiser tes sessions de création de manière efficace**. Si tu souhaites publier un contenu par jour, cela représente sept contenus par semaine. Voici comment t'organiser pour y parvenir en un temps record.

👉 **Étape 1 : Inspiration et Recherche** (1 heure par semaine)

1. Choisis un créneau horaire fixe :

- Alloue une bonne heure chaque semaine pour t'inspirer sur les réseaux sociaux 📅

2. Sélectionne des comptes de référence dans ta niche :

- Repère les créateurs qui réussissent et analyse leur contenu. Note les idées pertinentes qui résonnent avec tes piliers de contenu, les tendances et les sons à la mode. 🎧

3. Prends des notes :

- Utilise un carnet ou une application pour noter au moins sept idées de contenu pour la semaine à venir. 📓

👉 **Étape 2 : Rédaction des Accroches** (2 heures par semaine)

1. Rédige les accroches pour tes contenus :

- Prends deux heures pour préparer des accroches percutantes pour chaque idée notée. Assure-toi qu'elles captent l'attention et sont en lien avec les besoins de ton audience. ✍️

(l'accroche c'est le texte qui figure sur ton contenu vidéo, carrousel ou post)

👉 **Étape 3 : Création de Vidéos** (2 heures par semaine)

1. Filme au quotidien :

- Prends l'habitude de te filmer dans des situations quotidiennes qui reflètent ta personnalité et ton style de vie. Cela peut inclure des moments où tu travailles, fais du sport, ou simplement des moments de détente. 📱

2. Sélectionne des vidéos existantes :

- Si tu utilises des contenus d'autres personnes, consacre deux heures à choisir et à préparer ces vidéos pour la semaine. Assure-toi qu'elles soient en lien avec tes accroches. 🎥

3. Édite tes vidéos :

- Ajoute les accroches préparées sur les vidéos. Enregistre tes brouillons sur ton téléphone et sur une plateforme comme Instagram, mais assure-toi d'avoir des sauvegardes pour éviter de perdre ton travail. 💾

👉 **Étape 4 : Rédaction des Descriptions** (2 heures par semaine)

1. Rédige tes descriptions :

- Utilise des outils comme ChatGPT pour t'aider à rédiger des descriptions impactantes. Explique qui est ta cible, le message que tu veux transmettre, et demande un appel à l'action clair. 📄 (personnalise toujours ce que ChatGPT te fournit)

2. Prépare une signature pour tes descriptions :

- Crée une note dans ton téléphone avec une signature standard pour tes descriptions. Inclue des mots-clés pertinents et un appel à l'action que tu utilises fréquemment pour gagner du temps. ✍️

👁️ Planification Globale

En suivant ce planning, tu vas investir environ **6 à 7 heures par semaine**, soit environ une heure par jour. C'est le minimum requis pour créer du contenu de qualité qui génère de l'engagement et des revenus en ligne.

1. Rester concentré :

- Plus tu seras concentré(e) et efficace, plus tu iras vite. Utilise des techniques comme le blocage de temps et l'élimination des distractions pour maximiser ta productivité.

2. S'améliorer avec le temps :

- La création de contenu deviendra plus rapide et naturelle avec la pratique. Continue d'affiner ton processus et d'expérimenter pour voir ce qui fonctionne le mieux pour toi.

En appliquant ces techniques, tu pourras créer un flux de contenu régulier et engageant qui attire du trafic vers ton compte et ta page de vente. 🚀

Chapitre 7 :

GÉRER TES SESSIONS DE **SCROLLING**

1. Gérer tes Sessions de Scrolling

Les réseaux sociaux peuvent être une source d'inspiration incroyable, mais aussi un **piège de comparaison incessante** et de **perte de temps**. Pour tirer le meilleur parti de tes sessions de scrolling, il est crucial de les gérer efficacement.

Sélectionne des Comptes Inspirants

1. Choisis les comptes à suivre :

- **Focus sur ta niche** : Sélectionne des comptes qui sont directement en lien avec ta niche, tes valeurs et tes méthodes. Cela t'aidera à rester inspiré(e) sans te disperser.
- **Pertinence et qualité** : Assure-toi que les comptes que tu suis apportent une réelle valeur ajoutée. Ils doivent te motiver et t'aider à améliorer ton propre contenu. 🌟

2. Utilise des outils pour gérer ton temps :

- **Limite ton temps de scrolling** : Utilise des applications comme Screen Time sur iOS ou Digital Wellbeing sur Android pour limiter ton temps passé sur les réseaux sociaux. 🕒
- **Rappels et alarmes** : Programme des rappels pour te rappeler de faire des pauses et éviter de tomber dans le piège du scrolling infini.

3. Faire du suivi de comptes pertinents :

- **Listes de comptes** : Crée des listes de comptes pertinents dans chaque réseau social. Par exemple, utilise les listes Twitter ou les collections Instagram pour organiser les comptes par niche.

Astuces pour Limiter le Temps de Scrolling

1. Définis des objectifs clairs :

- **Objectifs précis** : Avant de commencer ta session de scrolling, définis clairement ce que tu cherches à accomplir. Que ce soit pour trouver de l'inspiration, repérer des tendances ou analyser la concurrence, aie toujours un objectif précis en tête. 🎯

2. **Sessions de scrolling planifiées** :

- Planification : Alloue des créneaux spécifiques dans ta semaine pour tes sessions de scrolling. Cela t'aidera à garder le contrôle et à éviter de perdre du temps. 📅

2. Rechercher des Sons Tendances et des Modèles

Les sons et les tendances jouent un rôle crucial dans la **visibilité de ton contenu**. Voici comment tirer le meilleur parti de tes sessions de scrolling pour trouver des idées de contenu efficaces.

💡 Rechercher des Sons Tendances

1. Comptes utilisant des sons populaires :

- **Analyse des influenceurs** : Repère les comptes qui utilisent régulièrement des sons tendances et qui obtiennent beaucoup d'engagement. Ces comptes peuvent être une source d'inspiration pour les sons à utiliser. 🎧

2. Utilisation des outils de recherche de tendances :

- **TikTok et Instagram** : Utilise les fonctionnalités de recherche de tendances de TikTok et les Reels d'Instagram pour identifier les sons qui cartonnent. 📈

(sons avec une flèche vers le haut, dont l'original à fait beaucoup de vue, et qui a été utilisé par moins de 10K de reels)

💡 Rechercher des Modèles de Contenu

1. Modèles de contenu performants :

- **Analyse des meilleurs contenus** : Observe les contenus qui performant le mieux dans ta niche. Note les formats et les styles qui semblent captiver ton audience cible. 📱

2. Lien avec tes piliers de contenu :

- **Adapter les tendances à tes piliers** : Assure-toi que les tendances que tu adoptes sont en lien avec tes piliers de contenu. Cela garantit que ton contenu reste cohérent et pertinent pour ton audience. 📖

💡 Sessions de Scrolling Productives

1. Forme vs Fond :

- **Inspirations de forme** : Utilise tes sessions de scrolling principalement pour trouver des idées de forme (vidéos courtes, infographies, challenges, etc.). 📌
- **Le fond dans les piliers** : Rappelle-toi que le fond de ton contenu est déjà défini par tes piliers. Utilise ces bases solides pour créer des contenus qui résonnent vraiment avec ton audience. 🎨

Chapitre 8 :

ANALYSER & OPTIMISER SON CONTENU

1. Utiliser les statistiques Instagram

Pour réussir en marketing digital et en création de contenu, il ne suffit pas de produire du contenu de qualité. Il est crucial **d'analyser tes performances pour comprendre** ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas. Cela te permettra de peaufiner ta stratégie et d'optimiser ton contenu pour maximiser l'engagement et les conversions.

💡 Analyser et Évaluer les Performances de ton Contenu

1. Utiliser les Statistiques d'Instagram

Instagram offre une multitude de statistiques qui peuvent t'aider à évaluer l'efficacité de ton contenu. Voici comment tu peux utiliser ces données :

👉 Impressions et Portée :

- Impressions : Le nombre total de fois que ton contenu a été affiché.
- Portée : Le nombre de comptes uniques qui ont vu ton contenu.
- Analyse : Une portée élevée par rapport aux impressions signifie que ton contenu atteint de nouveaux publics.

👉 Engagement :

- Likes, Commentaires et Partages : Ces indicateurs montrent à quel point ton contenu résonne avec ton audience.
- Enregistrements : Un bon signe que ton contenu est jugé utile et que les gens veulent y revenir.

👉 Taux d'Engagement :

- Calcul : $(\text{Total des interactions} / \text{Nombre total de followers}) * 100$.
- Analyse : Un taux d'engagement élevé est un bon indicateur de contenu pertinent et engageant.

2. Questions et Feedback de ton Audience

👉 Surveillance les Commentaires et Messages :

- Questions fréquentes : Note les questions récurrentes que ton audience pose. Cela te donne des idées de contenu pour y répondre directement.
- Feedback positif et négatif : Utilise le feedback pour ajuster ton contenu en fonction des attentes et des besoins de ton audience.

👉 Sondages et Boîtes à Questions :

- Stories Instagram : Utilise les sondages et les boîtes à questions dans tes stories pour obtenir un retour direct de ton audience sur ce qu'elle aime et ce qu'elle souhaite voir.

3. Remixer le Contenu qui Marche

👉 Identifie tes Meilleurs Performances :

- Analyse : Repère les contenus qui ont le plus de succès en termes d'engagement et de portée.
- Remix : Reprends ces contenus et trouve des moyens de les rafraîchir ou de les présenter sous un nouvel angle. Par exemple, transforme un post de blog en vidéo, ou crée une série de stories à partir d'un post populaire.

👉 **Utilise des Modèles Éprouvés :**

- Réutilisation de Formules Gagnantes : Si un certain type de post (comme des tutoriels ou des témoignages) fonctionne bien, n'hésite pas à utiliser cette formule régulièrement.

4. Planifier des Sessions d'Analyse Régulières

👉 **Fixe des Rendez-vous Mensuels :**

- Révision des Statistiques : Une fois par mois, passe en revue tes statistiques Instagram pour repérer les tendances et ajuster ta stratégie.
- Évaluation des Objectifs : Compare tes performances avec tes objectifs initiaux pour voir si tu es sur la bonne voie.

👉 **Utilise des Outils d'Analyse :**

- Outils comme Iconosquare ou Hootsuite : Ces outils offrent des analyses plus détaillées et des rapports personnalisés qui peuvent t'aider à comprendre plus finement l'impact de ton contenu.

💡 Ne Réinvente pas la Roue : Utilise ce qui Marche

Il n'est pas nécessaire de toujours réinventer la roue. En utilisant ce qui fonctionne déjà, tu peux gagner du temps et maximiser ton efficacité.

👉 **Contenu Réutilisable :**

- Séries de Contenus : Crée des séries basées sur des thèmes ou des formats qui ont déjà prouvé leur efficacité.
- Contenus Éternels : Utilise du contenu "evergreen" (toujours pertinent) qui peut être réutilisé plusieurs fois avec de légères modifications.

👉 Optimise les Ressources Externes :

- Inspiration des Meilleurs : Suis les meilleurs créateurs dans ta niche et inspire-toi de leurs stratégies tout en adaptant les idées à ta propre audience.

Conclusion 👁️

En **analysant régulièrement tes performances** et en optimisant ton contenu basé sur ce qui fonctionne, tu pourras continuellement améliorer ta stratégie de contenu.

Rappelle-toi de toujours **garder un œil sur les statistiques**, d'écouter ton audience, et de ne pas hésiter à remixer et réutiliser ce qui marche. Cela te permettra de maximiser ton impact tout en gagnant du temps.



Chapitre 9:

CHECK-LISTE POUR CRÉER TON CONTENU



Pour maximiser tes chances de créer des **Réels viraux sur Instagram**, voici une check-list complète avec des conseils détaillés sur les éléments clés tels que les sons tendances, la durée des Réels, le mode de vidéo, les accroches et les mots-clés.



Ce que tu dois absolument faire

1. Utiliser les Sons populaires

Parcours la section "Explorer" et les Réels pour identifier les sons actuellement en tendance. Suis des comptes d'influenceurs et checke leurs derniers contenus pour rester à jour sur les nouvelles tendances sonores.

Utilise des outils comme Tokboard ou TrendTok pour suivre les tendances de sons sur TikTok, qui influencent souvent les tendances sur Instagram.

2. Durée des Reels

Idéalement entre 15 et 30 secondes. Les Réels longue durée redeviennent tendance, car en vérité c'est le message que tu fais passer et ton accroche qui donneront envie à ton audience d'aller au bout de la vidéo.

👉 Les Réels courts (5-7 secondes) ont tendance à retenir l'attention plus efficacement et encouragent les replays, ce qui booste l'algorithme. Souvent du contenu pour attirer l'attention et dont la description apporte la valeur réelle.

👉 Pour des contenus plus éducatifs ou démonstratifs, tu peux aller jusqu'à 60 secondes, mais essaie de garder le message clair et concis.

3. Mode de Vidéo à Choisir

Vidéo Verticale en Plein Écran

- **Filmer en mode vertical** (9:16) pour optimiser l'affichage sur les smartphones.
- **Utilise la résolution la plus haute** possible pour une meilleure qualité visuelle (au moins 1080x1920 pixels).
- **Utilise la caméra arrière** de ton téléphone car elle offre une meilleure qualité vidéo (pas celle pour faire les selfies).

4. Les Accroches à Mettre

- **Capter l'Attention** dès les Premières Secondes
- **Commence avec une accroche forte** qui pique la curiosité de ton audience.
- **Utilise du texte accrocheur** ou une question pertinente directement sur la vidéo.
- **Par exemple** : "Savez-vous comment optimiser votre Instagram en 3 étapes faciles ?"

5. Les Mots-Clés et Hashtags

- **Utilise des Mots-Clés Pertinents**
- **Inclue des mots-clés directement** dans le texte superposé à la vidéo et dans la description.

- **Utilise des hashtags pertinents** et en tendance (entre 5 et 10 hashtags), en lien directement avec le message, et des mots-clés par trop utilisés.

6. Optimiser l'Engagement

- **Appel à l'Action** (CTA) :
- **Encourage ton audience** à liker, commenter, et partager.
- **Pose des questions** ou demande leur opinion pour inciter aux commentaires.
- **Répéter ce qui Marche**
- **Analyse les performances** de tes Réels pour identifier ceux qui ont le mieux fonctionné.
- **Remixe et adapte** ces contenus gagnants en ajoutant des éléments nouveaux ou améliorés.

7. Éléments Visuels et Techniques

- **Lumière et Son**
- **Assure-toi d'avoir une bonne lumière** et un son clair. Utilise des ring lights et des micros si nécessaire.
- **Évite les bruits de fond** et privilégie une musique de fond non intrusive.
- **Ajoute des sous-titres** pour rendre ton contenu accessible et engager même ceux qui regardent sans le son.

8. Consistance et Fréquence

- **Publie Régulièrement**

- **Essayez de poster au moins 3 à 5 Réels** par semaine pour maintenir l'engagement et augmenter tes chances de créer un contenu viral.

- **La constance aide à construire** une audience fidèle et à améliorer la visibilité de ton compte.

Exemple de Plan de Contenu Hebdomadaire

1. **Lundi :**

- Réel inspirant avec un son tendance.

2. **Mardi :**

- Réel éducatif de 30 secondes avec une accroche percutante.

3. **Mercredi :**

- Réel de témoignage ou étude de cas.

4. **Jeudi :**

- Réel humoristique ou challenge tendance.

5. **Vendredi :**

- Réel récapitulatif de la semaine ou mise en avant d'un produit/service.

👉 Créer des Réels viraux demande une **bonne compréhension des tendances** actuelles, une planification soignée, et une exécution régulière.

En suivant cette check-list, tu maximiseras tes chances de produire du contenu qui non seulement capte l'attention mais aussi engage et fidélise ton audience. 🚀

Chapitre 10 :

LE MOT DE LA FIN



Bravo ! Tu es arrivé(e) à la fin de ce guide de formation pour créer une communauté engagée grâce à un **contenu magnétique qui résonne avec ton audience cible**.

Nous avons exploré ensemble les fondements de la création de contenu, les techniques pour optimiser ton temps, et les stratégies pour analyser et améliorer tes performances.

👏 Tu es maintenant prêt(e) à devenir une véritable machine de guerre de la création de contenu !

Courage et Résilience face aux Défis 💪

La création de contenu est une aventure remplie de défis et d'opportunités. Il est important de se rappeler que chaque créateur de contenu rencontre des obstacles. Voici quelques conseils pour rester motivé(e) et résilient(e) :

- **Patience et Persévérance**

- La viralité peut arriver du jour au lendemain, mais souvent, elle prend du temps. Ne te décourage pas si les résultats ne viennent pas immédiatement. Chaque post, chaque vidéo est un pas de plus vers ton objectif. 🍷

- **Focus sur ta Communauté**

- Ne te compare pas aux autres. Chaque créateur a son propre chemin.

Concentre-toi sur ta communauté, engage-toi avec elle, et cherche à lui apporter de la valeur. C'est en restant authentique et en répondant aux besoins de ton audience que tu constriras une relation forte et durable.



Engage et Apporte de la Valeur ★

La clé pour créer une **communauté engagée** est de toujours chercher à offrir du contenu qui apporte de la valeur à ton audience. Écoute leurs retours, réponds à leurs questions, et adapte ton contenu en fonction de leurs besoins et de leurs envies.

- **Interagis Régulièrement**

- Réponds aux commentaires, participe aux discussions, et montre à ton audience que tu es là pour elle. Plus tu t'engages avec eux, plus ils s'engageront avec toi. 🔄

- **Reste Authentique**

- Partage tes réussites mais aussi tes défis. L'authenticité crée des liens forts et sincères. Ton audience appréciera ta transparence et ta vulnérabilité. ✨

Reste Focus et Ne te Compare Pas 🙈

Chacun **avance à son rythme**. Ce n'est pas parce que ça ne va pas vite que ce n'est pas du bon boulot. Continue de créer du contenu qui te passionne et qui est aligné avec ta vision.

- **Définis tes Objectifs Personnels**

- Établis des objectifs clairs pour toi-même et mesure tes progrès en fonction de ceux-ci, pas des autres. 📈

- **Apprends et Évolue**

- Chaque expérience, qu'elle soit bonne ou mauvaise, est une opportunité d'apprentissage. Utilise les données et les retours pour t'améliorer constamment. 🔍

👉 **Créer du contenu qui résonne avec ton audience** demande du temps, de l'effort, et de la passion. Mais c'est un voyage incroyablement gratifiant.

Tu as maintenant toutes les clés en main pour bâtir une communauté engagée et fidèle.

🔔 **Rappelle-toi** : reste patient(e), sois résilient(e), et ne te compare pas aux autres. Ta communauté a besoin de toi, de ton authenticité et de ta valeur unique. Continue d'avancer, continue de créer, et surtout, amuse-toi dans ce processus ! 🎉🎊

À toi de jouer ! ☀️

My **Digital Way**
À TOI DE JOUER MAINTENANT

MERCI POUR TA LECTURE

Ce livre fait partie de l'écosystème Code Liberté.

En l'achetant, tu n'as pas seulement investi dans un ebook :
tu as contribué à un mouvement qui aide chaque jour des
créateurs, coachs et entrepreneurs à reprendre le contrôle
de leur vision et de leurs revenus.

Garde ce guide précieusement, applique-le pas à pas.

Et surtout, rappelle-toi :

***chaque action que tu mets en place aujourd'hui
rapproche ta liberté de demain.***

À toi de jouer maintenant.

L'équipe Code Liberté

***Découvre l'univers qui a inspiré ce guide... et comment toi aussi,
tu peux en faire partie dès maintenant.***



CINDY

Découvre mon univers [ICI](#)

My **Digital Way**

CINDY A.

Maman, salariée et
Entrepreneure



CODE LIBERTÉ, C'EST PLUS QU'UNE FORMATION :

Un écosystème complet pour apprendre à vendre, créer ou revendre des produits digitaux, développer une présence en ligne et générer tes propres revenus.

Tu accèdes à des compétences concrètes en marketing digital, à une communauté engagée et à une licence qui te permet de revendre tes produits en gardant 100 % de tes bénéfices.

Ici, tu ne suis pas seulement des modules : tu construis ton indépendance, étape par étape, avec des outils simples et accessibles à tous.



[@cindydigitalmum](https://www.instagram.com/cindydigitalmum)