

Révolutionner sa stratégie de contenu sur les réseaux sociaux en 5 étapes avec l'aide de l'IA!

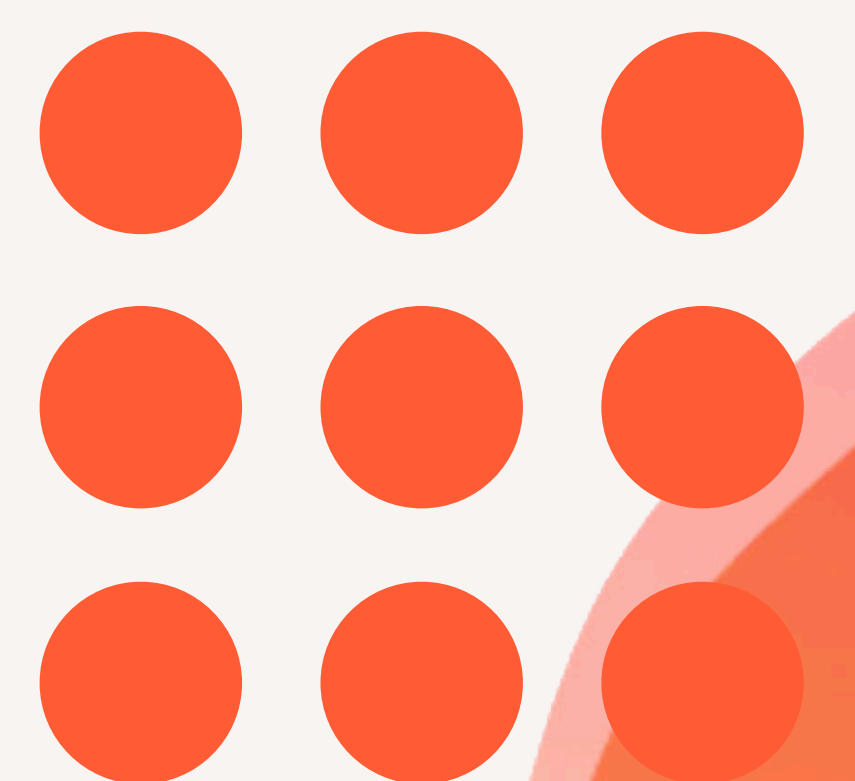
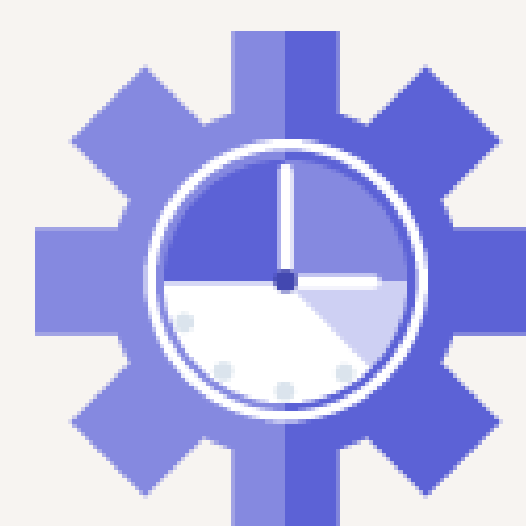
Construisez une présence solide en utilisant des prompts efficaces



Sommaire

UNE PRÉSENCE SOLIDE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX GRÂCE À L'IA

PARTIE 1 : Une stratégie de réseaux sociaux, le cœur de ton contenu	2
PARTIE 2 : L'Intelligence Artificielle en plein essor	3
PARTIE 3 : Gagner du temps grâce à l'IA et indiquer les bons prompts	4
A - Se mettre dans la peau de l'IA	
B - Trouver une niche parfaite	
C - Les piliers de contenu	
D - Le ton de voix	
E - Une bio ou description par IA ?	
PARTIE 4 : Des exemples sur rapidly	17
A - Restauration - le bistro marseillais	
B - Agence de communication digitale	
C - Activité de produit - soda bio	



La stratégie de contenu, au cœur de sa stratégie réseaux sociaux

Une stratégie de contenu solide est essentielle pour atteindre les objectifs de tes clients ou de la marque dont tu gères les comptes sur les réseaux sociaux. Parce qu'elle établit une feuille de route claire pour ta marque, t'aidant à rester concentré sur ton message et sur les buts à atteindre. En développant **une stratégie de contenu**, tu identifies les objectifs spécifiques, qu'il s'agisse de générer des ventes, d'accroître la notoriété de la marque, ou d'engager davantage son audience.

Une stratégie cohérente assure que les publications ne se perdent pas dans le bruit constant des réseaux sociaux, permettant ainsi à la marque de **sortir du lot** et de créer des relations durables avec ses clients et prospects.

CHECKLIST

Les essentiels de la stratégie de contenu

- ★ Objectifs visés
- ★ Réseaux sociaux sélectionnés
- ★ Jours de publication
- ★ Audience cible
- ★ Piliers de contenu
- ★ Ton de voix



L'essor de l'Intelligence Artificielle

L'intelligence artificielle (IA) est en pleine expansion : elle a suscité beaucoup d'intérêt depuis l'avènement du **chatbot** conversationnel **ChatGPT**, lancé par la société nord-américaine **OpenAI**. On estime que la technologie de l'**IA** est aujourd'hui utilisée dans les boîtes à outils par **64%*** des entreprises de marketing, un chiffre qui tend à augmenter.

OpenAI a mis sur le marché l'API de son outil, et plusieurs outils, dont se servent les social media managers, l'ont inclus dans leur service aujourd'hui. On retrouve par exemple Later, Canva ou encore rapidly et HubSpot qui utilisent l'IA dans leur service.



* <https://businessolution.org/fr/ai-marketing-statistics/>

Apprendre à gérer l'IA pour gagner du temps

Ton efficacité est primordiale pour pouvoir accepter plus de clients si tu travailles en freelance ou pour pouvoir te concentrer sur de nouveaux projets si tu es en entreprise. Répondre à un nouveau brief, démarrer avec de nouveaux clients ou revoir une stratégie pour un client existant prend beaucoup de temps. Il est nécessaire **de plonger dans l'univers en question pour proposer une stratégie de contenu pour les réseaux sociaux pertinente** qui répondra aux objectifs fixés par toi-même ou ton client.

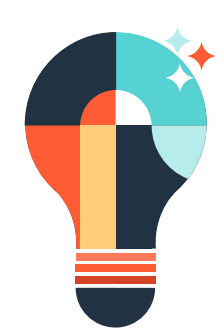


ET VOICI COMMENT L'IA VA POUVOIR T'AIDER :



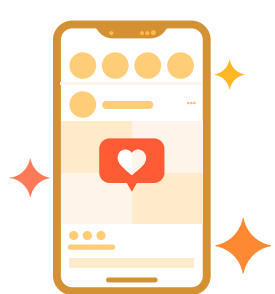
Des recherches et une veille facilitées

L'Intelligence Artificielle peut analyser une grande quantité d'informations en peu de temps, ce qui peut aider les utilisateurs à trouver rapidement des arguments ou des documents appuyant leurs recherches, même sur des sujets très complexes.



Des idées originales

Tu vas pouvoir stimuler ta créativité en explorant de nouvelles possibilités que tu n'aurais pas envisagées de prime abord.



Des contenus rédigés

L'Intelligence Artificielle permet de générer des contenus rapidement et efficacement en proposant une première ébauche de texte, des corrections orthographiques, des titres, des listes d'éléments, des emojis, ou encore une reformulation...

Un accompagnement dans le choix de design ou de photo

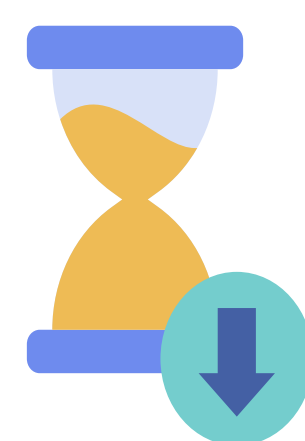
L'IA peut te fournir des propositions de visuels ou d'illustrations pour tes posts à partir d'un texte de légende par exemple.

Débloque ta créativité avec l'IA

L'IA, c'est comme un 2ème cerveau qui n'est pas figé dans tes schémas de pensée habituels.

Elle te permet de te renouveler en te proposant des idées auxquelles tu n'aurais pas pensé.

Elle te permet d'affiner ton propos et d'enrichir ta réflexion.



L'IA qu'on retrouve aujourd'hui dans rapidly ou HubSpot par exemple, c'est comme un super assistant. Mais comme pour un assistant humain, pour obtenir des réponses pertinentes, il faut savoir lui donner les bonnes instructions.

C'est l'art du prompt : savoir comment s'adresser à la machine. Bien que ça puisse paraître assez facile, c'est en réalité un exercice plutôt pointilleux.



Les outils IA, comme rapidly, permettent de parler à l'IA sans avoir à maîtriser cet art du prompt. Les utilisateurs répondent à quelques questions simples, que rapidly se charge de « traduire » en prompt pour l'IA afin de générer en quelques minutes une stratégie de contenu et des publications pertinentes.

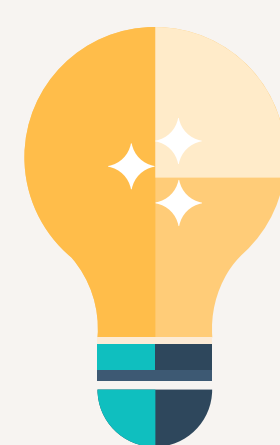


Voici 5 conseils pour apprendre à gérer l'art du prompt et obtenir des réponses pertinentes quand tu travailles avec une IA :

A - SE METTRE DANS LA PEAU DE TON RÔLE :

« TU ES UN EXPERT DE MARKETING DE CONTENU »

Il faut bien comprendre que la technologie de **ChatGPT** repose sur des connaissances existantes en ligne, et sur ce qu'elle « apprend » en continu par son expérience avec les utilisateurs. En ce sens, **l'IA** puise ses données dans d'anciennes ressources parmi des centaines de milliers de données, issues de secteurs très différents. La première chose à faire quand tu discutes avec une **IA**, c'est en premier lieu de lui donner l'instruction comportementale. **En d'autres termes, il faut lui indiquer quel rôle elle va devoir jouer dans son approche.** C'est ce qui va te permettre d'obtenir des résultats cohérents.







ASTUCE :

pour toute demande liée à ta stratégie de contenu sur les réseaux sociaux, la première chose à indiquer dans tes prompts, c'est de se positionner comme un expert en la matière.

DEMANDE SIMPLEMENT :

« réponds comme si tu étais un expert de marketing de contenu ».

LA qu'est-ce qu'une stratégie de contenu ? Réponds à cette question en quelques lignes . Tu es un expert de marketing de contenu 

 En tant qu'expert en marketing de contenu, je peux vous dire qu'une stratégie de contenu est un plan détaillé qui définit comment une entreprise va créer, distribuer et gérer son contenu pour atteindre ses objectifs marketing. Cela implique d'identifier le public cible, de déterminer les types de contenu à produire, de choisir les canaux de distribution appropriés et de mesurer les résultats. L'objectif est de fournir un contenu de qualité, pertinent et engageant pour attirer, informer et fidéliser les clients, tout en renforçant la notoriété de la marque.   

B - Des prompts pour spécifier sa niche

Quand tu gères un compte, évidemment l'une des choses à identifier lorsque tu construis sa stratégie, c'est de savoir à qui tu souhaites vendre ton produit/service. Parfois tu dois partir de zéro, car ton client ne sait pas où il veut aller, mais il peut aussi arriver que tu aies une vague idée de la cible à laquelle tu t'adresses. Et là où l'IA est forte, c'est qu'elle va pouvoir t'aider à préciser et à spécifier ta niche.

★ L'importance de bâtir une niche précise

Évidemment, bâtir une niche précise, c'est crucial pour atteindre ton public cible et bâtir une communauté fidèle.



En te concentrant sur une niche spécifique, tu peux mieux comprendre les besoins et les désirs de ton public cible et créer du contenu qui répond à ces besoins.

En définissant ta niche marketing, tu peux également te démarquer de la concurrence en offrant quelque chose d'unique et de précieux à ton public. Si tu essaies de plaire à tout le monde, tu risques de ne satisfaire personne. Au lieu de ça, concentre-toi sur un groupe spécifique et crée du contenu qui leur parle directement.

En te concentrant sur une cible spécifique, tu peux établir ton expertise dans ce domaine. Les gens sont plus susceptibles de faire confiance à quelqu'un qui a une connaissance approfondie d'un sujet plutôt qu'à quelqu'un qui traite de tout en surface.

Et l'IA va te permettre d'identifier précisément la cible que tu dois viser en priorité, que tu l'aies identifiée ou non :

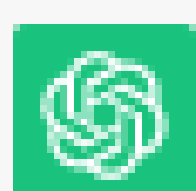
★ **Tu ne connais pas la cible de ton client, et tu souhaites l'identifier :**

Prompt : Je suis une entreprise qui vend X, propose-moi des cibles cohérentes

Coach en relations amoureuses

LA

je suis un coach en relations amoureuses, propose moi 3 cibles pertinentes

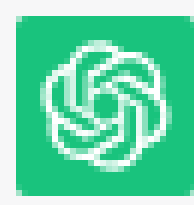


En tant que coach en relations amoureuses, il est important de définir vos cibles en fonction de votre expertise et des besoins actuels du marché. Voici trois cibles pertinentes que vous pourriez envisager :

1. Les célibataires actifs : Il s'agit d'individus qui cherchent activement une relation amoureuse mais qui ont du mal à trouver un partenaire compatible. Vous pourriez aider ces personnes à améliorer leur confiance en elles, à développer des compétences en communication et à naviguer dans le monde des rencontres en ligne ou hors ligne.
2. Les couples en difficulté : Beaucoup de couples rencontrent des problèmes à un moment donné de leur relation. Vous pourriez vous concentrer sur les couples qui cherchent à renforcer leur lien émotionnel, à améliorer leur communication, à gérer les conflits et à raviver la passion dans leur relation. Offrir des conseils et des exercices pratiques pour les aider à retrouver l'harmonie dans leur vie amoureuse serait bénéfique.
3. Les personnes fraîchement célibataires : Les individus qui ont récemment rompu une relation peuvent se sentir perdus et avoir besoin de soutien pour se remettre sur pied.

★ Tu connais la cible de ton client, mais tu veux t'assurer qu'elle soit plus spécifique : Je suis une entreprise qui commercialise X. Ma cible sont les X. Propose-moi une cible plus précise.

LA je suis un cabinet de comptabilité, basé à Marseille. Je cible les PME de la région. Peux-tu me donner une liste simple de cibles plus précises ?

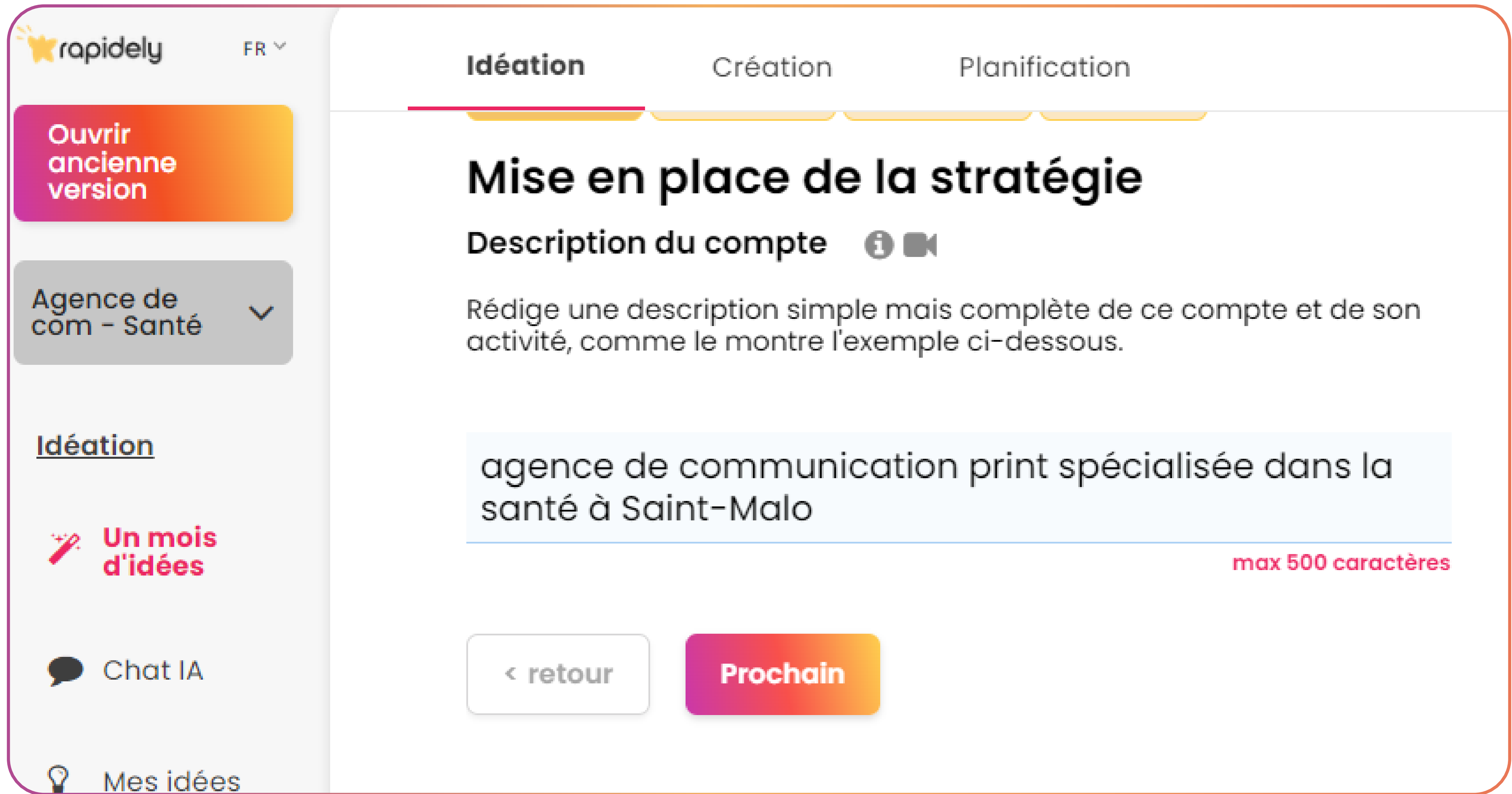
 Certainement ! Voici une liste simple de cibles plus précises pour votre cabinet de comptabilité basé à Marseille, ciblant les PME de la région :

1. Startups technologiques en croissance.
2. Entreprises familiales transmises de génération en génération.
3. PME du secteur de la construction.
4. Entreprises du secteur maritime (logistique, transport, etc.).
5. Restaurants et établissements de restauration.
6. Entreprises de services professionnels (agences de communication, cabinets d'avocats, agences de marketing, etc.).
7. PME du secteur de la santé (cliniques, cabinets médicaux, pharmacies, etc.).
8. Entreprises de commerce de détail.

**Cabinet
comptable à
Marseille**



Sur rapidly, c'est encore plus simple, tu entres simplement une description de ton activité (courte et brève) et l'outil te propose plusieurs cibles à sélectionner (et il est aussi possible d'ajouter celle que l'on souhaite) :



1. Compte 2. Réseaux 3. Stratégie 4. Recap.

Mise en place de la stratégie

Niche (audience) ⓘ

Sélectionne 1 niche (audience) qui représente ton audience et modifie la description si nécessaire avant de continuer.

Sélectionner 1 niche (audience) ↻ recommencer

- Médecins généralistes cherchant des services de communication spécialisés en santé
- Pharmaciens à la recherche de supports de communication pour leur pharmacie
- Entreprises de dispositifs médicaux cherchant à améliorer leur communication**
- Établissements de santé cherchant des supports d'information pour les patients
- Associations de patients cherchant à améliorer leur communication
- Startups de santé cherchant une agence de communication spécialisée en santé
- Infirmières cherchant des supports de formation pour les patients
- Professionnels de santé francophones travaillant à l'international

Agence de communication print spécialisée dans la santé

C - Des prompts pour définir ses piliers de contenu

Tes piliers de contenu doivent être alignés avec ta marque et répondre aux besoins et aux intérêts de ton public cible. En les définissant, tu peux créer une stratégie de contenu cohérente et efficace.



Tu peux également t'assurer que ton contenu est pertinent pour ton public cible. Si tu essaies de couvrir trop de sujets différents, il est facile de perdre le fil et d'égarer ton public. En te concentrant sur quelques piliers spécifiques, tu peux créer un contenu plus ciblé et plus utile.



Mais tu vas aussi pouvoir mieux mesurer l'efficacité de ton contenu. Tu peux voir ce qui fonctionne bien et ce qui ne fonctionne pas en termes d'engagement et d'interaction avec ton audience. Et cela peut t'aider à ajuster ta stratégie de contenu au fil du temps pour répondre aux besoins changeants de ta cible.



Enfin, définir tes piliers de contenu peut t'aider à établir ta marque en tant qu'expert dans un domaine spécifique. Si tu te concentres sur quelques sujets clés, tu peux approfondir ta connaissance et ta compréhension de ces sujets. Et cela peut t'aider à bâtir une réputation en tant qu'expert dans ton domaine et à attirer un public plus large.

Là encore, l'IA peut t'aider, et te propose directement des idées de piliers de contenu à choisir :

Prompt : propose moi des idées de piliers de contenu sur X comme si tu étais un expert du marketing de contenu.

LA

propose-moi trois idées de piliers de contenu pour un restaurateur à Lille comme si tu étais un expert du marketing de contenu, sois bref

**Exemple :
Restaurateur
à Lille**



Bien sûr ! Voici trois idées de piliers de contenu pour un restaurateur à Lille :

1. Découvrir la gastronomie locale : Créez du contenu mettant en avant les spécialités culinaires de la région lilloise. Partagez des recettes traditionnelles, des astuces de chefs locaux, ou organisez des événements spéciaux mettant en valeur les produits et plats régionaux.
2. Les coulisses de votre restaurant : Offrez un aperçu des coulisses de votre établissement. Partagez des histoires sur vos fournisseurs locaux, présentez votre équipe en cuisine, ou dévoilez des secrets de préparation. Les clients apprécient de découvrir l'envers du décor et de se sentir connectés à votre restaurant.
3. Expériences culinaires uniques : Créez du contenu autour des expériences culinaires uniques que vous proposez. Organisez des dégustations spéciales, des soirées à thème, ou des collaborations avec d'autres acteurs de la scène culinaire locale. Mettez en valeur ce qui distingue votre restaurant et proposez des expériences inoubliables à vos clients.

LA

propose-moi trois idées de piliers de contenu pour un peintre en bâtiment comme si tu étais un expert du marketing de contenu, sois bref

**Exemple :
Peintre en
bâtiment**



Bien sûr ! Voici trois idées de piliers de contenu pour un peintre en bâtiment :

1. Guides pratiques : Créez des articles, des vidéos ou des infographies détaillant les étapes clés de la préparation et de la réalisation de travaux de peinture. Fournissez des conseils pratiques sur la sélection des couleurs, le choix des peintures adaptées, les techniques de préparation des surfaces, et des astuces pour obtenir un résultat professionnel.
2. Avant/Après inspirants : Montrez des transformations spectaculaires grâce à des photos ou des vidéos mettant en valeur des projets de peinture avant et après. Expliquez les défis rencontrés, les choix esthétiques et les solutions mises en œuvre pour créer des espaces plus attrayants. Cela permettra de mettre en valeur votre expertise et de susciter l'inspiration chez vos clients potentiels.
3. Tendances et couleurs : Partagez des articles ou des billets de blog sur les dernières tendances en matière de couleurs et de décoration intérieure. Présentez des palettes de couleurs populaires, des idées d'accents ou de finitions originales, et des conseils pour harmoniser les couleurs avec différents styles d'intérieur. Cela montrera votre sensibilité aux tendances actuelles et vous positionnera en tant qu'expert en matière de design.

Et en utilisant l'éditeur de rapidly, tes piliers de contenu sont proposés directement dans l'élaboration de ta stratégie :

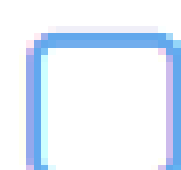
Mise en place de la stratégie

Piliers

Sélectionne les piliers de contenu qui correspondent à ce dont tu veux parler. Tu peux modifier n'importe lequel de ces piliers en cliquant dessus ou ajouter ton propre pilier.

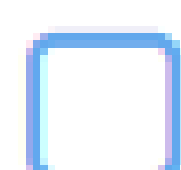
Sélectionner 1 à 5 max

 recommencer



Communication en santé

Conseils et stratégies pour améliorer la communication des entreprises de dispositifs médicaux avec les professionnels de la santé.



Tendances de l'industrie

Partager les dernières tendances de l'industrie des dispositifs médicaux pour aider les entreprises à rester à jour.



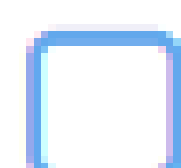
Succès client

Partager des histoires de réussite de clients qui ont travaillé avec l'agence pour aider à renforcer la crédibilité et la confiance des entreprises.



Conseils pratiques

Conseils pratiques pour aider les entreprises de dispositifs médicaux à améliorer leur communication avec les professionnels de la santé.



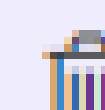
Actualités de l'industrie

Partager les dernières actualités de l'industrie des dispositifs médicaux pour aider les entreprises à rester informées.



Événements et conférences

Promouvoir les événements et les conférences de l'industrie pour aider les entreprises à rester connectées et à établir des relations avec des professionnels de la santé.



D - Une IA qui t'aide à trouver sa voix

L'IA peut également te prêter main-forte en ce qui concerne la définition du ton de ta voix. Il se peut que tu aies l'habitude de rédiger selon un certain style, mais que tu ne saches pas comment le décrire. Pour demander à l'IA de parler comme toi, voici une astuce qui pourra t'aider à définir ta manière de t'adresser à ta cible.

**Prompt : [copie colle quelques contenus déjà rédigés qui illustrent bien ta manière de parler (tutoiement, humour...)]
analyse le ton de voix et donne moi une définition simple
que je peux réutiliser dans mes futurs prompts.**

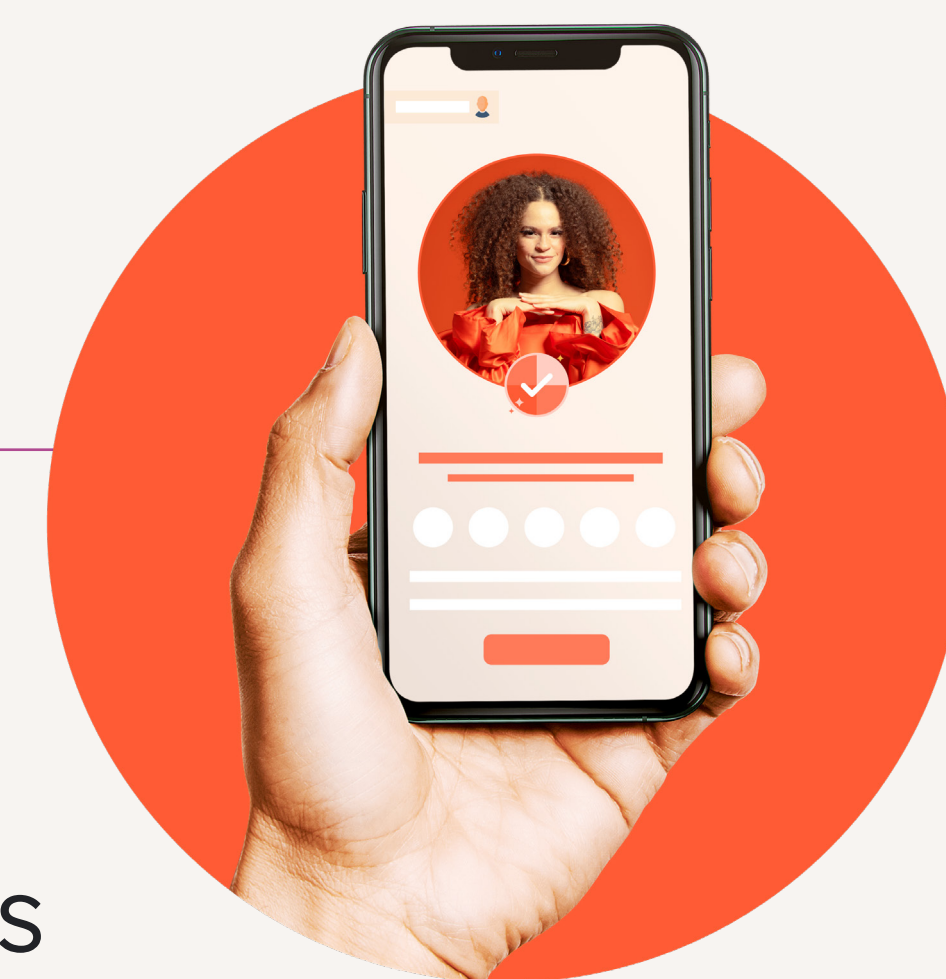
définis le ton de voix du texte suivant : Si tu as une entreprise et que tu cherches à communiquer sur les réseaux sociaux, une stratégie bien pensée est essentielle pour créer du contenu qui convertit ! 📱

Tu n'es pas sûr.e de savoir comment définir une stratégie solide et comment la mettre en place ? Suis ces 6 étapes pour t'aider à démarrer ! 🧠

OU... Laisse rapidement le faire pour toi ! ♥ Notre tout nouvel outil te construit une stratégie personnalisée en quelques minutes 📅 Tout ce que tu as à faire, c'est de répondre à quelques questions sur ton activité et tes objectifs et nous faisons le reste! Notre plateforme te généreras alors, en quelques minutes, un mois entier d'idées de posts qui te seront 100% adaptés. Ça te semble trop beau pour être vrai ? Rendez-vous sur le lien en bio pour l'essayer par toi-même (gratuitement 🌍 !).

👉 Le ton de voix du texte est dynamique et encourageant. Le langage utilisé est persuasif et incitatif à l'action. Le texte utilise également des émoticônes pour ajouter une touche d'enthousiasme et d'émotion.

















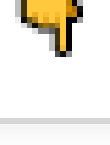



E - Une IA pour rédiger sa bio Insta ou LK

Tu as pu le constater, l'IA est en mesure de t'assister de diverses manières dans la création de contenu. Sa force réside particulièrement dans la description ! En faisant appel à l'IA, il est envisageable de produire des idées de contenu créatif et novateur. Cette fonctionnalité peut s'avérer très utile dans différentes situations, comme en témoignent les deux exemples suivants :

Bio Instagram



rédige une bio Instagram pour un photographe de mariage avec des emojis


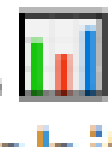

 Photographe de mariage  
 Immortalisant vos moments inoubliables  
 Capturant chaque émotion   
 Basé à [ville] mais je voyage partout  
 DM pour réserver votre date! 

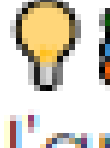



Description LinkedIn

rédige une description pour LinkedIn pour un consultant UX/UI avec des emojis

  Je suis un consultant UX/UI passionné par la création d'expériences utilisateur exceptionnelles. Avec plus de [X] années d'expérience dans l'industrie, j'ai travaillé avec des entreprises de toutes tailles pour aider à concevoir et à développer des produits numériques qui répondent aux besoins des utilisateurs tout en atteignant les objectifs commerciaux.

  J'ai une solide expertise en recherche utilisateur, conception d'interfaces, architecture de l'information et tests utilisateurs. Je suis également capable de travailler efficacement en équipe avec des développeurs, des chefs de produit et des responsables marketing pour garantir que les projets sont livrés dans les délais impartis.

  Je suis constamment à la recherche de nouveaux défis et je suis passionné par l'apprentissage continu. Si vous êtes à la recherche d'un consultant UX/UI expérimenté pour votre prochain projet, n'hésitez pas à me contacter.



Exemples de stratégies

A - Restauration – bistro marseillais

Mise en place de la stratégie

Causes

Saisis une brève description d'une cause que ton compte soutient. Sinon, laisse vide.

max 120 caractères

Restaurant à Marseille proposant une cuisine avec des produits de la mer

< retour

Prochain



La proposition de l'IA pour 1 mois d'idées :









Mise en place de la stratégie

Objectifs

Sélectionne les objectifs qui te correspondent. Si tu as d'autres objectifs, ajoute-les dans le champ en bas de la liste ou en modifiant l'un des objectifs proposés.

Sélectionner 1 à 3 max

 recommencer

- Augmenter la visibilité de notre restaurant sur les réseaux sociaux** 
- Fidéliser notre clientèle grâce aux réseaux sociaux 
- Créer une communauté engagée autour de notre cuisine de la mer 
- Partager notre passion pour la cuisine de la mer 
- Attirer de nouveaux clients grâce à notre présence sur les réseaux sociaux** 
- Mettre en avant notre savoir-faire culinaire 
- Améliorer notre réputation en ligne 
- Proposer des offres exclusives pour nos abonnés sur les réseaux sociaux 









Mise en place de la stratégie

Niche (audience)

Sélectionne 1 niche (audience) qui représente ton audience et modifie la description si nécessaire avant de continuer.

Sélectionner 1 niche (audience)

 recommencer

- Les touristes cherchant une expérience culinaire locale 
- Les amateurs de fruits de mer à Marseille** 
- Les familles cherchant un restaurant convivial 
- Les étudiants à la recherche d'un bon rapport qualité-prix 
- Les couples cherchant une soirée romantique 
- Les amateurs de vin désirant une carte variée 
- Les travailleurs cherchant un déjeuner rapide et frais 
- Les groupes cherchant un lieu pour célébrer un événement 



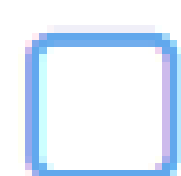
Mise en place de la stratégie

Piliers

Sélectionne les piliers de contenu qui correspondent à ce dont tu veux parler. Tu peux modifier n'importe lequel de ces piliers en cliquant dessus ou ajouter ton propre pilier.

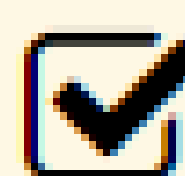
Sélectionner 1 à 5 max

 recommencer



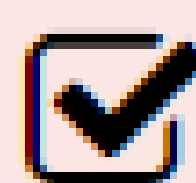
Cuisine de la mer

Partage de recettes et de plats à base de produits de la mer, mise en avant de la qualité des ingrédients et des bienfaits pour la santé



Promotions et offres spéciales

Mise en avant des promotions, offres spéciales et événements à venir, pour attirer de nouveaux clients et fidéliser la clientèle existante



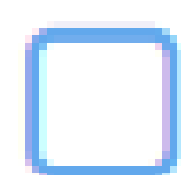
Conseils de dégustation

Conseils pour apprécier au mieux les plats à base de fruits de mer, suggestions d'accords mets-vins, détails sur la provenance des ingrédients



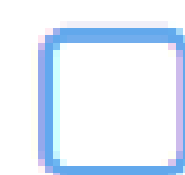
Evolution du menu

Mise en avant des nouveaux plats et des évolutions du menu, pour donner envie aux abonnés de venir tester les nouveautés



Recettes maison

Partage de recettes maison à base de produits de la mer, pour donner des idées de cuisine aux abonnés et les encourager à reproduire les plats chez eux



Coulisses du restaurant

Partage de photos et de vidéos des coulisses du restaurant, pour montrer le travail en cuisine et donner envie aux abonnés de découvrir les secrets de fabrication des plats



Un mois d'idées personnalisées

Crée en quelques minutes un mois entier d'idées sur mesure, adaptées à ton profil, en appliquant une stratégie éprouvée pour captiver sans peine ton public, stimuler l'engagement et renforcer ta présence en ligne, le tout sans t'épuiser.

Choisir les idées ci-dessous ▼

Revoir la stratégie & relancer ↻

Tout sélectionner

- | | | | |
|--------------------------|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> | Mar 23 Mai
Tutoriel rapide : Comment promouvoir votre entreprise éco-responsable avec les publicités Facebook
Une vidéo rapide montrant comment utiliser les publicités Facebook pour promouvoir les entreprises éco-responsables. | Marketing digital
Reels / Vidéos courtes | ↻ |
| <input type="checkbox"/> | Mar 24 Mai
Les étapes clés pour créer un site internet écologique et professionnel
Un carrousel montrant les étapes clés pour créer un site internet écologique et professionnel. | Création de sites internet
Carrousels | ↻ |
| <input type="checkbox"/> | Mar 31 Mai
Inspiration Instagram pour les entreprises éco-responsables
Une photo inspirante montrant comment les entreprises éco-responsables peuvent promouvoir leur engagement écologique sur Instagram. | Réseaux sociaux
Photos (du produit) | ↻ |
| <input type="checkbox"/> | Mar 06 Juin
Comment utiliser les hashtags en tant qu'entreprise éco-responsable : un mème amusant
Un mème amusant montrant comment les entreprises éco-responsables peuvent utiliser les hashtags pour promouvoir leur engagement écologique. | Marketing digital
Memes / Cartoons | ↻ |
| <input type="checkbox"/> | Mar 07 Juin
Comment créer un site internet écologique et intuitif : un tutoriel vidéo rapide
Une vidéo rapide montrant comment créer un site internet écologique et intuitif pour les utilisateurs. | Création de sites internet
Reels / Vidéos courtes | ↻ |
| <input type="checkbox"/> | Mar 13 Juin
Les meilleures pratiques pour promouvoir l'engagement écologique sur Twitter
Un carrousel montrant les meilleures pratiques pour promouvoir l'engagement écologique des entreprises éco-responsables sur Twitter. | Réseaux sociaux
Carrousels | ↻ |



B - Agence de communication digitale

1. Compte

2. Réseaux

3. Stratégie

4. Recap.

Mise en place de la stratégie

Description du compte  

Rédige une description simple mais complète de ce compte et de son activité, comme le montre l'exemple ci-dessous.

agence de communication digitale web à rouen

max 500 caractères

< retour

Prochain



Mise en place de la stratégie

Objectifs

Sélectionne les objectifs qui te correspondent. Si tu as d'autres objectifs, ajoute-les dans le champ en bas de la liste ou en modifiant l'un des objectifs proposés.

Sélectionner 1 à 3 max

 recommencer

Renforcer la réputation de l'agence sur les réseaux sociaux



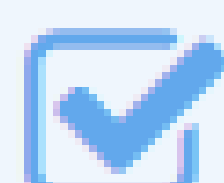
Créer une communauté engagée autour de l'agence



Attirer de nouveaux clients grâce aux réseaux sociaux



Fidéliser les clients existants via les réseaux sociaux



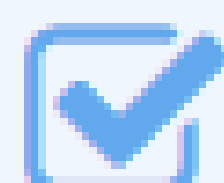
Partager les réalisations de l'agence sur les réseaux sociaux



Augmenter la visibilité de l'agence sur les réseaux sociaux



Créer des partenariats avec d'autres entreprises grâce aux réseaux sociaux



Montrer l'expertise de l'agence sur les réseaux sociaux



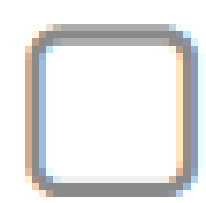
Mise en place de la stratégie

Niche (audience) ⓘ

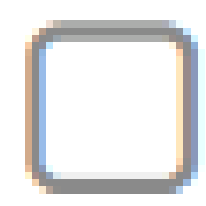
Sélectionne 1 niche (audience) qui représente ton audience et modifie la description si nécessaire avant de continuer.

Sélectionner 1 niche (audience)

↺ recommencer



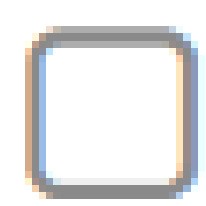
Propriétaires de petites entreprises dans le domaine de la restauration cherchant à améliorer leur présence en ligne



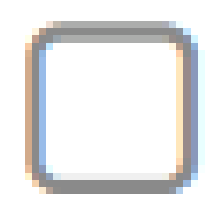
Entreprises locales à Rouen cherchant à améliorer leur présence en ligne



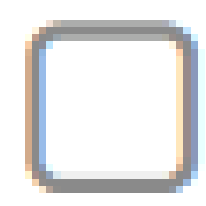
Startups rouennaises à la recherche d'une agence digitale compétente



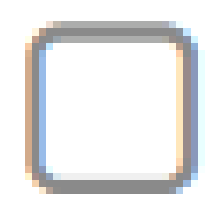
Entreprises cherchant à améliorer leur image de marque en ligne



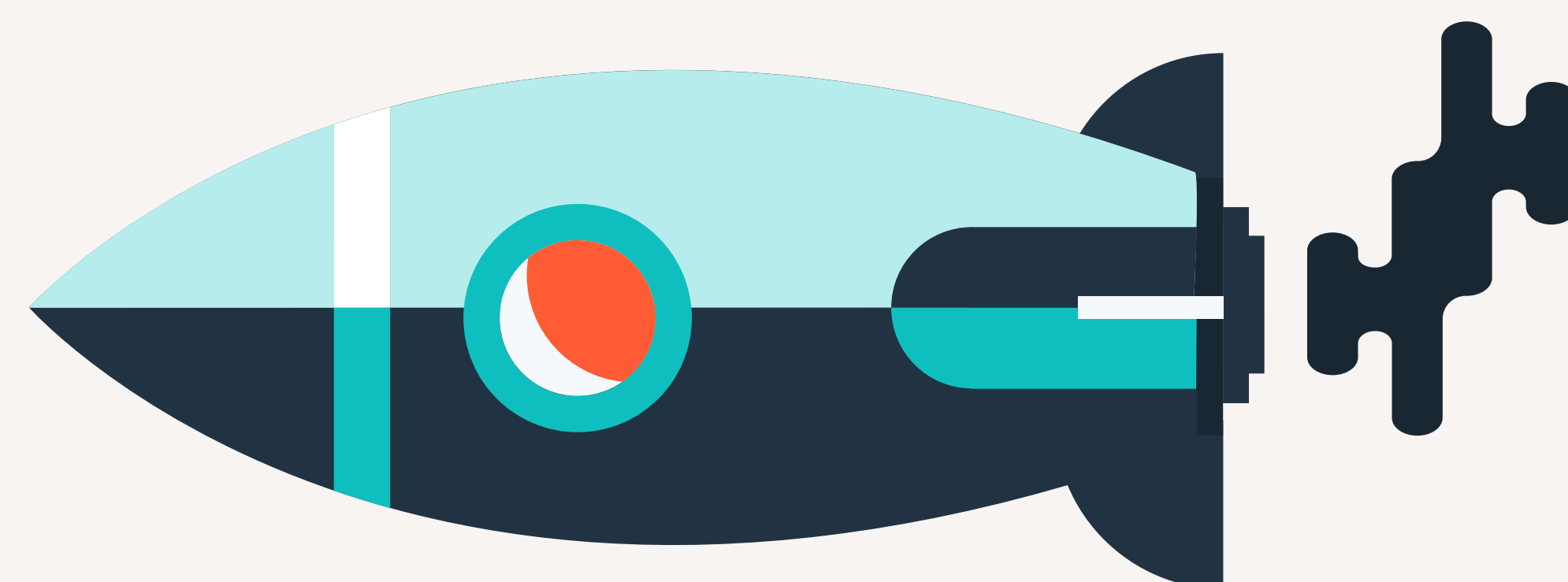
PME cherchant à améliorer leur référencement local



Organisations à but non lucratif cherchant à accroître leur visibilité en ligne



Entrepreneurs individuels cherchant à développer leur marque personnelle en ligne



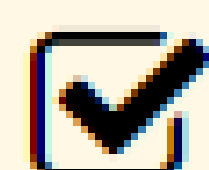
Mise en place de la stratégie

Piliers

Sélectionne les piliers de contenu qui correspondent à ce dont tu veux parler. Tu peux modifier n'importe lequel de ces piliers en cliquant dessus ou ajouter ton propre pilier.

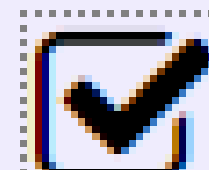
Sélectionner 1 à 5 max

 recommencer



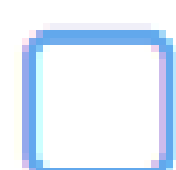
Conseils et astuces

Conseils et astuces pour les startups rouennaises sur la communication digitale et l'optimisation de leur présence en ligne.



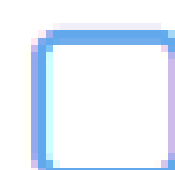
Réalisations de l'agence

Partage des projets réalisés par l'agence pour montrer leur expertise et leur savoir-faire.



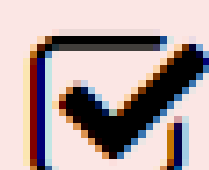
Actualités du domaine

Partage de l'actualité du monde de la communication digitale pour montrer leur connaissance et leur expertise dans le domaine.



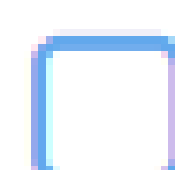
Concours et jeux

Organisation de concours et de jeux pour engager l'audience et augmenter la visibilité de l'agence.



Cause engagée

Partage de la cause défendue par l'agence, comme l'environnement, l'égalité des genres, ou toute autre cause qui leur tient à cœur.



Événements

Partage des événements auxquels l'agence participe ou organise pour montrer leur présence et leur implication dans la communauté.



La proposition de l'IA pour 1 mois d'idées :

Un mois d'idées personnalisées

Crée en quelques minutes un mois entier d'idées sur mesure, adaptées à ton profil, en appliquant une stratégie éprouvée pour captiver sans peine ton public, stimuler l'engagement et renforcer ta présence en ligne, le tout sans t'épuiser.

⇌ Déplacer 1 idée sélectionnées ▾

1 de 14 sélectionnés

Tout sélectionner

- Mer 21 Juin** **Conseils pour une présence en ligne optimale des startups**
 Partager quelques astuces pour optimiser la présence en ligne des startups, comme l'importance d'une bonne stratégie de contenu, d'un site web responsive et d'une présence active sur les réseaux sociaux. Utiliser des exemples concrets pour illustrer chaque point.

 Conseils et astuces
 Carrousels
- Jeu 22 Juin** **Mettre en avant une réalisation récente de l'agence**
 Partager une photo de l'un des projets récents de l'agence, comme la création d'un site web pour une entreprise locale ou la mise en place d'une campagne publicitaire réussie pour une startup. Écrire une légende qui met en avant les réalisations de l'agence et leur expertise dans le domaine.

 Réalisations de l'agence
 Photos (du produit)
- Lun 26 Juin** **Mettre en avant l'engagement de l'agence pour une cause**
 Partager une série de photos ou de graphiques qui mettent en avant l'engagement de l'agence pour une cause qui leur tient à coeur, comme la protection de l'environnement ou l'égalité des genres. Ajouter une légende qui explique brièvement la cause et comment l'agence contribue à la défendre.

 Cause engagée
 Carrousels
- Mer 28 Juin** **Mettre en avant le travail personnalisé de l'agence avec les startups**
 Partager une photo de l'équipe de l'agence en train de travailler sur un projet pour une startup locale. Ajouter une légende qui explique comment l'agence travaille en étroite collaboration avec les startups pour leur offrir des conseils et des solutions personnalisés.

 Conseils et astuces
 Photos (de moi)



C - Produit - Soda bio

Mise en place de la stratégie

Description du compte

Rédige une description simple mais complète de ce compte et de son activité, comme le montre l'exemple ci-dessous.

Marque de Soda bio au gingembre avec des ingrédients naturels

max 500 caractères

< retour

Prochain

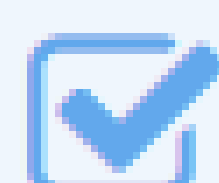
Mise en place de la stratégie

Objectifs

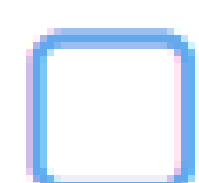
Sélectionne les objectifs qui te correspondent. Si tu as d'autres objectifs, ajoute-les dans le champ en bas de la liste ou en modifiant l'un des objectifs proposés.

Sélectionner 1 à 3 max

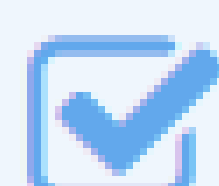
 recommencer



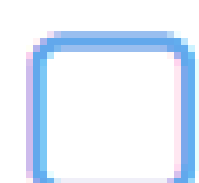
Renforcer la notoriété de Soda bio sur les réseaux sociaux



Créer une communauté engagée autour de notre marque



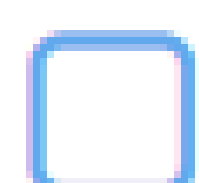
Augmenter la visibilité de nos produits auprès de notre audience cible



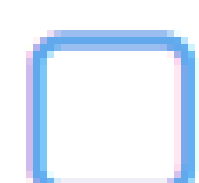
Fidéliser notre clientèle existante



Générer du trafic vers notre site web



Partager notre expertise en matière de produits bio



Améliorer notre service client en ligne










Mise en place de la stratégie

Niche (audience) i

Sélectionne 1 niche (audience) qui représente ton audience et modifie la description si nécessaire avant de continuer.

Sélectionner 1 niche (audience)

 recommencer

- Femmes actives cherchant des solutions rapides pour une alimentation saine 
- Personnes souffrant d'allergies alimentaires à la recherche d'options biologiques 
- Sportifs cherchant une alimentation équilibrée pour améliorer leurs performances 
- Parents occupés cherchant des alternatives saines pour leurs enfants 
- Végétariens et végétaliens à la recherche d'options biologiques et durables** 
- Personnes âgées souhaitant maintenir une alimentation saine et équilibrée 
- Étudiants cherchant des options biologiques et rapides pour leurs repas 



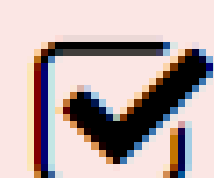
Mise en place de la stratégie

Piliers

Sélectionne les piliers de contenu qui correspondent à ce dont tu veux parler. Tu peux modifier n'importe lequel de ces piliers en cliquant dessus ou ajouter ton propre pilier.

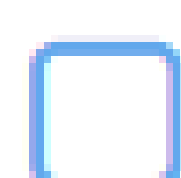
Sélectionner 1 à 5 max

 recommencer



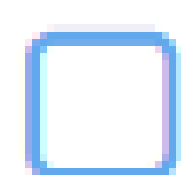
Produits et services

Promotion des produits et services de Soda bio, en mettant en évidence les avantages de l'option biologique et durable.



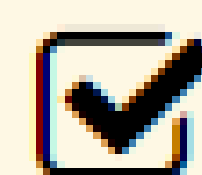
Recettes

Partage de recettes végétariennes et végétaliennes qui utilisent les produits de Soda bio, en mettant en évidence leur saveur, leur santé et leur durabilité.



Conseils santé et bien-être

Conseils sur la santé et le bien-être, en mettant en évidence les avantages pour l'environnement et la durabilité des choix de mode de vie végétariens et végétaliens.



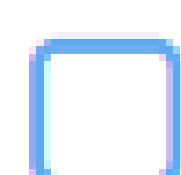
Ingrédients

Présentation des ingrédients clés utilisés dans les produits de Soda bio, en mettant en évidence leur qualité, leur durabilité et leur impact sur la santé.



Tendances

Partage des dernières tendances en matière de mode de vie végétarien et végétalien, ainsi que des modes de vie durables et écologiques en général.



Histoires de clients

Partage des histoires de clients satisfaits de Soda bio, en mettant en évidence leurs expériences positives avec les produits et services de l'entreprise.



La proposition de
l'IA pour 1 mois
d'idées :

Un mois d'idées personnalisées

Crée en quelques minutes un mois entier d'idées sur mesure, adaptées à ton profil, en appliquant une stratégie éprouvée pour captiver sans peine ton public, stimuler l'engagement et renforcer ta présence en ligne, le tout sans t'épuiser.

⇌ Déplacer 3 idées sélectionnées ▾

3 de 9 sélectionnés

Tout sélectionner

<input checked="" type="checkbox"/>	Mer 21 Juin	Boisson biologique et durable Une photo de moi buvant une boisson Soda Bio avec la légende 'Cette boisson délicieuse a été préparée avec des ingrédients biologiques et durables pour un mode de vie plus sain et plus respectueux de l'environnement. Essayez-la dès maintenant chez Soda Bio!'	Produits et services Photos (de moi)	↻
<input checked="" type="checkbox"/>	Lun 26 Juin	Qualité supérieure des ingrédients Une photo de notre équipe de production travaillant sur nos produits à base d'ingrédients biologiques et durables, avec la légende 'Chez Soda Bio, nous utilisons uniquement des ingrédients biologiques et durables pour créer des produits de qualité supérieure qui ont un impact positif sur votre santé et l'environnement.'	Ingrédients Photos (général)	↻
<input type="checkbox"/>	Mer 28 Juin	Mode de vie durable et écologique Un carrousel de photos présentant les dernières tendances en matière de mode de vie durable et écologique, en mettant en évidence les produits de Soda Bio et comment ils peuvent être utilisés dans un mode de vie sain et respectueux de l'environnement.	Tendances Carrousels	↻

Réalisez votre plein potentiel de croissance avec les nouveaux outils d'IA de HubSpot

L'intelligence artificielle révolutionne les méthodes de travail, et HubSpot est là pour vous guider. Exploitez tout le potentiel de l'IA avec ChatSpot et le générateur de texte intelligent, les nouveaux outils de HubSpot conçus pour simplifier votre quotidien et aider votre entreprise à réussir sa croissance.

**Essayer le
générateur de
texte gratuit**

**Essayer
ChatSpot**

HubSpot

 **rapidely**