POUR LES JOURS SANS INSPIRATION

20 sujets de posts quand vous ne savez plus quoi publier

Vingt points de départ à adapter
à votre expertise et à vos clients.

À ressortir devant le calendrier vide

SOS MARKETING / COMMUNICATION

01 / QUESTION CLIENT

Répondez à la question que l'on vous pose chaque semaine.

Reprenez les mots exacts du client et donnez une réponse courte.

02 / IDÉE REÇUE

Corrigez une croyance fréquente dans votre métier.

Expliquez ce qui est incomplet, puis donnez une règle plus juste.

03 / ERREUR

Décrivez l’erreur qui coûte le plus de temps ou d’argent.

Montrez la conséquence et le premier correctif à appliquer.

04 / CHECKLIST

Listez les contrôles à faire avant une décision importante.

Classez les points dans l’ordre d’utilisation.

05 / MÉTHODE

Décomposez votre façon de résoudre un problème.

Présentez trois à cinq étapes que le lecteur peut suivre.

06 / OUTIL

Montrez un outil que vous utilisez réellement.

Expliquez à quoi il sert, quand l’utiliser et sa limite.

07 / AVANT / APRÈS

Comparez une situation avant et après une bonne décision.

Décrivez les changements observables sans inventer de résultat.

08 / CRITÈRE

Donnez les critères pour choisir entre deux options.

Aidez le lecteur à décider selon son contexte.

09 / ACTUALITÉ

Commentez une évolution de votre secteur.

Ajoutez votre lecture et ce qu’elle change concrètement.

10 / MYTHE MÉTIER

Démontez une affirmation trop souvent répétée.

Nuancez-la avec un exemple ou une condition.

11 / CAS CONCRET

Racontez une situation client anonymisée.

Présentez le contexte, le choix et l'enseignement.

12 / COULISSES

Montrez une étape habituellement invisible de votre travail.

Expliquez pourquoi elle compte dans le résultat final.

13 / LEÇON APPRISE

Partagez ce que vous feriez différemment aujourd'hui.

Racontez le déclic et la pratique que vous avez changée.

14 / CONVICTION

Défendez une opinion professionnelle assumée.

Donnez un argument précis et ouvrez la discussion.

15 / COMPARAISON

Comparez deux méthodes, formats ou solutions.

Utilisez les mêmes critères et évitez le faux gagnant universel.

16 / FAQ OFFRE

Répondez à une question avant l'achat.

Traitez le délai, le prix, le périmètre ou le fonctionnement.

17 / MOT À EXPLIQUER

Traduisez un terme métier en langage courant.

Définissez-le avec un exemple et dites pourquoi il compte.

18 / RESSOURCE

Recommandez une ressource vraiment utile.

Expliquez ce qu’elle apporte et à qui elle convient.

19 / PRÉVISION

Dites ce qui va probablement changer dans votre secteur.

Appuyez-vous sur des signaux observables et nommez l’incertitude.

20 / SONDAGE

Demandez à votre audience comment elle agit aujourd’hui.

Posez une question qui vous aidera aussi à mieux la comprendre.

AVANT DE CHOISIR UN SUJET

Partez d’une question. Pas d’une case vide.

Le bon sujet aide votre audience
à comprendre, décider, éviter une erreur
ou passer à l’action.

Enregistrez cette liste.

Ressortez-la quand les idées manquent.
Puis adaptez chaque proposition à une
situation réellement vécue par vos clients.