

MODULE 12 / Paiement & communication

Mon calendrier réseaux 30 jours

Posts, stories, messages, appels à l'action et suivi des conversions.

VOTRE OBJECTIF	COMMENT UTILISER CE CAHIER
Posts, stories, messages, appels à l'action et suivi des conversions.	Lisez la méthode et le cas pratique, complétez la trame puis choisissez une action datée. Les exemples servent de point de départ.

Votre projet

Atelier / thème	Date de séance	Responsable
À compléter	À compléter	À compléter

Les montants sont des hypothèses pédagogiques. Les validations sanitaires, juridiques et fiscales restent propres à votre activité.

Dans ce cahier

- 01 Comprendre la méthode et les choix à faire
- 02 Étudier un exemple et repérer les erreurs courantes
- 03 Compléter votre document de travail
- 04 Organiser vos prochaines actions

VOTRE POINT DE DÉPART
Ce que je sais déjà :
Ce que je dois encore vérifier :

COMPRENDRE ET APPLIQUER

Communiquer sur les réseaux et remplir une première date

La communication qui vend un atelier montre une expérience réelle : le lieu, le geste, le niveau, la durée, le résultat et la prochaine date. L'algorithme ne remplace pas une offre claire ni un lien de réservation.

Choisir trois piliers de contenu

Alternez démonstration (un geste en 20 secondes), preuve (photo d'une réalisation, avis autorisé, coulisses) et invitation (date, places, prix, lieu, lien). Reprenez la même idée sur Instagram, TikTok, Facebook local et Google Business Profile en adaptant le format.

- Post 1 : avant/après d'un pochage, avec « débutant accepté » si c'est vrai.
- Post 2 : vidéo du poste prêt, sans visage reconnaissable si vous n'avez pas l'autorisation.
- Post 3 : offre complète avec 4 places, 3 h, recette emportée, prix TTC et réservation.
- Story : compte à rebours, question sur le prochain thème, réponse aux objections et rappel du lien.

Construire un mini-funnel local

Une publication attire, une page explique, un formulaire qualifie, un paiement confirme et un e-mail prépare. Mesurez chaque étape : vues, clics, demandes, paiements, présence et recommandation. Ne comptez pas un « intéressé » comme une place vendue.

- Exemple : 1 200 vues locales → 45 visites de page → 12 demandes → 6 paiements pour un atelier de 6 places.
- Message direct utile : « Bonjour, voici le thème, la date, le niveau, ce qui est inclus, le prix et le lien ; dites-moi si vous avez une allergie à signaler. »
- Pour un partenaire, donnez un lien ou un code de réservation distinct afin de mesurer ses ventes.

Planifier 30 jours et protéger l'image

Publiez deux ou trois contenus par semaine, relancez les personnes qui ont demandé le programme, puis faites un bilan. Demandez une autorisation écrite pour les photos, vidéos et témoignages. N'utilisez pas d'avis inventés, de faux compteurs ou de promesses de revenu.

- Semaine 1 : présenter le thème et recueillir cinq questions.

- Semaine 2 : montrer le lieu, le geste et la fiche recette sans tout donner.
- Semaine 3 : ouvrir les réservations avec une date limite réelle.
- Semaine 4 : rappeler les dernières places, accueillir le groupe, demander un retour et publier uniquement les contenus autorisés.

Cas pratique commenté

LA SITUATION

Cas concret : pour une session « tartelettes citron », vous publiez un gros plan du pochage, une photo des quatre postes, puis une page qui indique 95 € TTC, 3 h, niveau débutant, réalisation emportée et date. Six paiements déclenchent l'e-mail de préparation ; les personnes qui ont seulement commenté reçoivent un message d'information sans être inscrites.

À éviter

Publier uniquement des recettes gratuites ou des photos parfaites sans date, prix, niveau, capacité ni chemin de réservation.

Votre mise en pratique

Écrivez cinq posts et trois stories pour votre prochaine date. Pour chacun, ajoutez objectif, appel à l'action, lien, preuve à montrer et métrique à relever.

Résultat à obtenir : Un calendrier éditorial de 30 jours, trois scripts de messages et un tableau de conversion.

APPROFONDISSEMENT PROFESSIONNEL

Concevoir une campagne locale reliée à des réservations mesurables.

Organiser trois types de contenus

Montrez un geste avec un conseil utile, une preuve réelle de l'expérience et une offre datée avec les informations de réservation. Utilisez les vidéos de votre propre pratique avec un cadrage lisible et les autorisations nécessaires. Une vue n'est pas une vente : chaque publication commerciale doit conduire à une offre disponible et cohérente.

Mesurer sans surinterpréter

Suivez dépenses, visites qualifiées, demandes, clients payants et marge contributive. Indiquez comment vous attribuez une réservation à une campagne. Comparez des périodes et offres proches ; avec trois ventes, l'incertitude reste élevée. Définissez un budget de test et un critère d'arrêt avant de lancer de la publicité.

Étude de cas : à vous de décider

60 € de publicité, 100 visites, 10 demandes et trois clients à 80 €. Coût variable 18 € par client, hors frais fixes et temps. Analysez la campagne.

MON RAISONNEMENT / MES CALCULS

Corrigé indicatif

Visite/demande 10 %, demande/client 30 %, acquisition 20 €/client. Recettes 240 € ; contribution après variables et publicité : $240 - 54 - 60 = 126$ €. Ce n'est pas le bénéfice net : retirer frais fixes, temps et prélèvements applicables. Vérifier l'attribution des trois clients avant d'augmenter le budget.

Pièce à ajouter au dossier

Un calendrier de quinze jours, trois publications rédigées et un tableau acquisition/contribution avec règle de poursuite.

Grille de réussite

Critère observable	Score 0 / 1 / 2	Preuve à joindre
Chaque contenu répond à un besoin précis.	À compléter	À compléter
Les ventes sont distinguées de la visibilité.	À compléter	À compléter
La décision publicitaire repose sur la contribution et les limites des données.	À compléter	À compléter

0 : absent ou erroné ; 1 : partiel, à vérifier ; 2 : démontré par une preuve. Repère pédagogique : 5/6 sans critère à 0. Reprendre la méthode et corriger le livrable si nécessaire. Les conditions de sécurité et d'exercice non résolues restent bloquantes, quel que soit le score. Autoévaluation non certifiante.

Documenter votre évaluation

Preuve / source et date	Ce que cette preuve démontre

Critère à retravailler	Correction prévue	Échéance

Mon total : / 6 Date de réévaluation :

Repère de classement : conservez la première version, la correction et la preuve qui justifie votre nouvelle évaluation. Ne joignez pas de données sensibles inutiles.

VOTRE DOCUMENT DE TRAVAIL

La trame à compléter

Offre : [Nom]	Date de séance : [JJ/MM/AAAA]	Prix TTC : [__ €]
Lien de réservation : [URL]	Code partenaire : À compléter	Objectif places : À compléter

PILIERS

Geste : montrer un mouvement et le résultat attendu.

Preuve : lieu, poste, fiche, avis autorisé, coulisses.

Invitation : date, niveau, capacité, inclus, prix, lien.

SEMAINE 1 - FAIRE COMPRENDRE

J-30 Reel : [geste 20 s]	CTA : [enregistrer / question]	vues : À compléter
J-28 Story sondage : [thème préféré]	réponses : À compléter	
J-26 Post photo lieu : [3 éléments concrets]	clics : À compléter	
J-24 Message à 5 contacts chauds : [script ci-dessous]	réponses : À compléter	

SEMAINE 2 - RASSURER

J-21 Reel : [niveau débutant + rotation]	clics : À compléter
J-19 Story FAQ : [allergènes / durée / parking]	demandes : À compléter
J-17 Post fiche recette : [ce qui est emporté]	clics : À compléter
J-15 Partenaire : publication avec lien/code	demandes attribuées : À compléter

SEMAINE 3 - OUVRIR LES RÉSERVATIONS

J-14 Page de vente publiée : prix TTC, date, inclus, CGV, lien

J-12 Reel démonstration : CTA « réserver »**visites : À compléter**

J-10 Story compteur réel : places confirmées [__ / __]

J-8 Message aux personnes intéressées non payées**paiements : À compléter**

J-7 Post objection : [« je suis débutant »]

clics : À compléter

SEMAINE 4 - CONVERTIR & ACCUEILLIR

J-5 Story dernière place réelle**paiements : À compléter**

J-3 Post préparation tabliers/postes

partages : À compléter

J-1 E-mail pratique aux inscrits ; aucune donnée visible entre clients

J0 Story uniquement avec autorisations photo

J+1 Demande d'avis et recommandation ; publier les avis autorisés

J+3 Bilan : vues À compléter → visites À compléter → demandes À compléter → paiements À compléter

SCRIPT MESSAGE

« Bonjour [prénom], j'ouvre À compléter places pour [atelier] le [date], [durée], niveau À compléter, à [prix TTC]. Vous repartez avec [résultat]. Le détail et le paiement sont ici : [lien]. Une place est confirmée uniquement après paiement. Une allergie ou une question d'accès ? Répondez-moi avant de réserver. »

AUTORISATIONS

- ☐ Photos/vidéos validées par écrit ☐ avis publiable autorisé
- ☐ aucune promesse de revenu ☐ consentement newsletter séparé

PASSER À L'ACTION

Votre décision, par écrit.

Appuyez-vous sur le cas pratique et vos données réelles. Gardez une trace des points confirmés et de ceux qui nécessitent encore une réponse.

Décision retenue	Pourquoi ce choix ?

Action	Responsable	Date cible	Preuve attendue

Avant de classer ce document

- ☐ J'ai remplacé les hypothèses par mes chiffres ou mes informations.
- ☐ J'ai identifié les validations encore nécessaires.
- ☐ J'ai choisi une prochaine action et une échéance.
- ☐ J'ai daté cette version et conservé les justificatifs.

Notes et retours après votre première séance

Ce qui a fonctionné	Ce que je change à la prochaine séance