

TuniSkill Digital Marketing Starter

Semaine 3 – Contenu et réseaux sociaux

LEÇON 5 – MINI-ATELIER : CRÉER SON PREMIER PLAN DE CONTENU

"Construire un premier plan de contenu simple, réaliste et aligné avec votre audience, vos objectifs et vos canaux."

2. OBJECTIF DE LA LEÇON

Dans cette leçon, vous allez créer votre premier plan de contenu.

Un plan de contenu rassemble vos idées, vos objectifs, vos formats, vos réseaux sociaux et votre rythme de publication. L'objectif est de transformer tout ce que vous avez appris pendant la semaine 3 en un plan concret, simple et prêt à utiliser.

L'enjeu majeur

Un bon plan de contenu vous permet de passer de l'idée à l'action sans vous disperser.

3. QU'EST-CE QU'UN PLAN DE CONTENU ?

Un plan de contenu est une organisation simple qui explique quoi publier, pour qui, pourquoi, où et quand. Il relie plusieurs éléments essentiels :

- Votre audience cible
- Votre objectif marketing
- Vos réseaux prioritaires
- Vos piliers de contenu
- Vos idées principales & formats
- Vos CTA et votre calendrier

Définition simple

Un plan de contenu est une feuille de route qui transforme vos idées en publications organisées.

4. POURQUOI CRÉER UN PLAN DE CONTENU ?

Créer un plan de contenu vous aide à publier avec plus de clarté et moins de stress. Cela permet notamment de :

- Éviter l'improvisation totale.
- Publier systématiquement avec un objectif.
- Garder une cohérence dans vos messages.
- Mieux exploiter vos idées et gagner du temps.
- Créer une routine simple et prévisible.
- Varier intelligemment les types de contenus.
- Mieux guider votre audience vers une action.

Important

Un plan de contenu n'a pas besoin d'être parfait. Il doit surtout être utilisable, réaliste et facile à améliorer au fil du temps.

5. LES 6 BLOCS D'UN PLAN DE CONTENU SIMPLE

Voici les piliers fondamentaux pour structurer votre stratégie avant la rédaction :

1. Audience

À qui s'adresse le post ?

Ex: Débutants, freelances, étudiants, petits entrepreneurs.

2. Objectif

Pourquoi publiez-vous ?

Ex: Visibilité, confiance, engagement, inscription, vente.

3. Réseaux

Où allez-vous publier ?

Ex: Facebook, LinkedIn, Instagram, YouTube.

4. Piliers

Quels thèmes répéter ?

Ex: Éducation, conseils pratiques, confiance, offre, coulisses.

5. Idées

Quels sujets traiter ?

Ex: 3 erreurs à éviter, comment choisir un réseau social.

6. Calendrier

Quand publier ?

Ex: Lundi et jeudi, ou lundi / mercredi / vendredi.

Conseil

Un plan simple avec 2 réseaux, 3 piliers et 6 idées suffit largement pour commencer sereinement.

6. EXEMPLE SIMPLE : PLAN DE CONTENU TUNISKILL

Projet : Digital Marketing Starter

Audience : Débutants, freelances, étudiants et petits entrepreneurs.

Objectif : Faire découvrir le cours, créer de la confiance et encourager l'inscription.

Réseaux prioritaires : Facebook et LinkedIn | **Rythme :** 3 publications par semaine.

Piliers de contenu : Éducation, Conseils pratiques, Confiance, Offre, Coulisses.

Idées de contenu :

1. 3 erreurs à éviter quand on débute. | 2. Comment choisir son premier réseau ? | 3. Pourquoi il ne faut pas publier partout. | 4. Les 5 semaines du cours. | 5. Comment trouver des idées utiles. | 6. Une FAQ pour débutants.

CTA possibles : Enregistrer le post, Découvrir le programme, Commencer le cours, Poser une question, Postuler.

Ce plan est simple, réaliste et directement relié aux besoins de l'audience.

7. ÉTAPE 1 – DÉFINIR MON OBJECTIF DE CONTENU

Avant de planifier vos publications, vous devez choisir l'objectif principal de votre contenu. Voici les exemples types :

- Faire connaître votre projet
- Créer de la confiance
- Expliquer votre offre
- Attirer des contacts / Obtenir des inscriptions
- Générer des ventes en continu
- Construire et engager une communauté

Mini-exercice : Mon objectif

Mon objectif principal pour les 2 prochaines semaines :

.....

Pourquoi cet objectif est important :

.....

8. ÉTAPE 2 – CHOISIR MES PILIERS DE CONTENU

Les piliers de contenu vous évitent de chercher des idées au hasard. Choisissez 3 à 5 thèmes à répéter régulièrement :

Pilier	Rôle	Exemple
Éducation	Aider l'audience à apprendre	3 bases du marketing digital
Conseil pratique	Donner une action simple	Comment trouver 5 idées de posts
Confiance	Rassurer l'audience	FAQ, témoignage, preuve client
Offre	Présenter votre solution	Programme détaillé du cours
Coulisses	Créer de la proximité / incarner	Préparation d'une nouvelle leçon

Mini-exercice : Mes piliers

Mes 3 piliers prioritaires :

1.

2.

3.

9. ÉTAPE 3 – CRÉER MES PREMIÈRES IDÉES DE CONTENU

À partir de votre audience et de vos piliers stratégiques, listez vos premières idées d'exécution :

Pilier	Idée de contenu	Format	Objectif	CTA
Idée 1				
Idée 2				
Idée 3				
Idée 4				
Idée 5				
Idée 6				

Conseil

Commencez avec 6 idées seulement. C'est amplement suffisant pour créer un premier plan équilibré sur 2 semaines.

10. ÉTAPE 4 – CHOISIR MES FORMATS SIMPLES

Sélectionnez uniquement des formats que vous maîtrisez et pouvez créer sans vous épuiser :

Post court

Utile pour : Conseil simple, avis tranché, question directe.

Carrousel

Utile pour : Étapes pas à pas, erreurs communes, comparaisons.

FAQ

Utile pour : Questions fréquentes, objections, levée de doutes.

Checklist

Utile pour : Listes de vérification, méthode rapide, action immédiate.

Mini-exercice : Mes formats

1.
2.

11. ÉTAPE 5 – ORGANISER MON PLAN SUR 2 SEMAINES

Ce tableau structurel sert à transformer vos idées brutes en un calendrier clair et actionnable :

Semaine / Pub	Jour	Réseau	Pilier	Sujet précis	Format	Objectif	CTA
S1 – Pub 1							
S1 – Pub 2							
S1 – Pub 3							
S2 – Pub 1							
S2 – Pub 2							
S2 – Pub 3							

⚠ Règle d'or

Votre plan doit rester réaliste. Si 6 publications en 2 semaines s'avèrent trop lourdes, commencez avec 4.

12. MINI-MÉTHODE : A.P.F.C.

Pour valider la pertinence de chaque publication, appliquez systématiquement cette grille de lecture rapide :

A = Audience

À qui parlez-vous ?

P = Pilier

Quel thème utilisez-vous ?

F = Format

Quel type de contenu créez-vous ?

C = CTA

Quelle action proposez-vous ?

Formule clé : « Je crée un contenu pour [audience] sur le pilier [pilier], au format [format], avec le CTA [CTA]. »

Exemple concret : Je crée un contenu pour les débutants sur le pilier "Éducation", au format carrousel, avec le CTA "Enregistrer ce post".

13. PROMPT PRÊT À COPIER – CRÉER MON PLAN DE CONTENU

Copiez ce prompt entièrement configuré pour l'injecter dans votre IA de génération de texte préférée :

```
=====
PROMPT DE CRÉATION DE PLAN DE CONTENU
=====
```

```
Tu es un assistant en marketing digital pour débutants.
Aide-moi à créer un premier plan de contenu simple sur 2 semaines.
```

```
Mon projet : [Écris ici le nom du projet]
```

```
Mon offre : [Explique ce que je propose]
```

```
Audience cible : [Décris les personnes que je veux toucher]
```

```
Objectif marketing : [Visibilité / confiance / engagement / contacts / ventes / inscription]
```

```
Réseaux sociaux prioritaires : [Facebook / Instagram / LinkedIn / TikTok / YouTube]
```

```
Formats que je peux créer : [Post court / carrousel / vidéo courte / checklist / FAQ]
```

```
Temps disponible : [Exemple : 2 à 3 heures par semaine]
```

```
Mes piliers de contenu : [Éducation / conseil pratique / confiance / offre / coulisses]
```

```
Contraintes strictes de réponse :
```

- Je suis débutant, je veux un plan réaliste et tenable.
- Crée un plan sur 2 semaines avec un maximum de 6 publications au total.
- Pour chaque publication, indique obligatoirement :
 1. Semaine | 2. Jour | 3. Réseau | 4. Pilier | 5. Sujet | 6. Format | 7. Objectif | 8. CTA.
- Varie équitablement les contenus : éduquer, expliquer, rassurer, convertir.
- Utilise un langage simple et accessible.
- Ajoute une courte recommandation finale pour m'aider à rester régulier.

```
Rédige l'intégralité de ta réponse en français.
```

14. EXEMPLE CONCRET AVEC LE PROMPT REMPLI

Voici le plan stratégique généré par l'IA à partir des paramètres de test de la plateforme TuniSkill :

S.	Jour	Réseau	Pilier	Sujet	Format	Objectif	CTA
1	Lundi	Facebook	Éducation	3 erreurs à éviter quand on débute en marketing digital	Post court	Éduquer	Enregistrer le post
1	Mercredi	LinkedIn	Confiance	Pourquoi apprendre le marketing digital même si vous débutez	Post texte	Rassurer	Découvrir le programme
1	Vendredi	Facebook	Offre	Les 5 semaines du cours Digital Marketing Starter	Carrousel	Expliquer	Commencer le cours
2	Lundi	Facebook	Conseil pr.	Comment trouver 5 idées de contenu utiles	Checklist	Éduquer	Enregistrer la checklist
2	Mercredi	LinkedIn	Éducation	Pourquoi il ne faut pas publier partout au début	Post texte	Expliquer	Lire la suite
2	Vendredi	Facebook	Offre	Prêt à créer vos premières actions marketing ?	Post + CTA	Convertir	Postuler à la première cohorte

15. EXERCICE PRATIQUE – MON PREMIER PLAN DE CONTENU

Remplissez ce formulaire d'atelier pour formaliser votre propre stratégie de contenu :

Mon projet :

.....

Mon audience cible :

.....

Mon objectif principal :

.....

Mes réseaux prioritaires :

1.
2.

Mes formats simples :

1.
2.

Mes piliers de contenu :

1.
2.
3.

Mon rythme réaliste de publication :

.....

16. TABLEAU À REMPLIR – MON PLAN SUR 2 SEMAINES

Utilisez cette grille vierge pour planifier vos 6 prochaines publications :

S.	Jour	Réseau	Pilier	Sujet du contenu	Format	CTA
1						
1						
1						
2						
2						
2						

17. MINI-ATELIER : FINALISER MON PLAN

Relisez posément votre plan de contenu ci-dessus et choisissez votre toute première action concrète :

Ma première publication à préparer :

.....

Pourquoi ce contenu est important & ce que je dois préparer :

.....

.....

Quand je vais publier :

.....

CTA de la publication :

.....

18. ERREURS À ÉVITER

Lorsque vous créez votre plan de contenu, évitez absolument de :

- ✗ Prévoir trop de publications dès le début.
- ✗ Oublier d'intégrer des contenus de confiance.
- ✗ Mélanger trop de réseaux sociaux en même temps.
- ✗ Choisir des formats trop complexes à produire.
- ✗ Publier sans objectif stratégique clair.
- ✗ Oublier d'insérer un appel à l'action (CTA).
- ✗ Oublier les besoins réels de l'audience.
- ✗ Ne jamais réutiliser vos meilleures idées.
- ✗ Ne publier que des contenus de vente pure.
- ✗ Abandonner si le plan n'est pas 100% parfait.

Conseil de l'expert

Un bon plan de contenu est avant tout une base de départ flexible. Vous pouvez et devez l'améliorer chaque semaine.

19. CHECKLIST DE FIN DE LEÇON

Avant de terminer cette semaine d'apprentissage, vérifiez que vous validez tous les points suivants :

- Je connais parfaitement mon objectif de contenu principal.
- J'ai choisi mes réseaux sociaux hautement prioritaires.
- J'ai défini mes piliers de contenu stratégiques.
- J'ai trouvé et listé mes premières idées de sujets.
- J'ai choisi des formats de posts réalistes et simples.
- J'ai organisé mon plan d'action sur 2 semaines complètes.
- Chaque publication planifiée possède un objectif précis.
- Chaque publication intègre un appel à l'action (CTA) clair.
- Mon plan global reste simple, mesurable et réalisable.
- Je sais exactement quelle première publication je dois préparer dès aujourd'hui.

20. RÉSUMÉ RAPIDE

Dans cette leçon, vous avez créé votre premier plan de contenu opérationnel. Vous avez rassemblé avec succès : votre audience, votre objectif, vos réseaux sociaux, vos piliers, vos idées, vos formats, vos CTA et votre calendrier de diffusion.

Vous maîtrisez désormais la méthode **A.P.F.C. (Audience, Pilier, Format, CTA)**.

"Un bon plan de contenu ne doit pas être parfait. Il doit vous aider à commencer, rester régulier et améliorer votre communication pas à pas."

21. CONCLUSION DE LA SEMAINE 3

Félicitations, vous avez terminé la semaine 3 du cours Digital Marketing Starter !

Pendant cette semaine intensive, vous avez appris à :

- Comprendre le rôle stratégique du contenu.
- Choisir les bons réseaux sociaux pour votre cible.
- Créer des idées de contenu hautement utiles.
- Organiser un calendrier éditorial simple.
- Construire votre tout premier plan de contenu.

Vous disposez maintenant d'une base solide pour piloter une communication claire, régulière et créatrice de valeur.

Un aperçu de la semaine 4

Dans la prochaine semaine, vous apprendrez à utiliser les bases de la publicité digitale, la création de pages de capture simples et la mécanique avancée des appels à l'action pour convertir votre audience.

SEMAINE 3 TERMINÉE avec SUCCÈS !

TuniSkill Digital Marketing Starter | Leçon 5 validée

Rendez-vous à la semaine 4 pour transformer durablement votre visibilité en actions concrètes !