

TO-DO LIST — Community Management (Plan 20 jours)

Liste détaillée — une page, imprimable, cases à cocher

01 Créer un réseau social professionnel

- Choisir plateforme (ex. LinkedIn). Compléter profil pro : photo, titre clair, résumé + CTA. Ajouter 30–50 contacts ciblés.

02 Apprendre à utiliser Canva

- Regarder 2–3 tutoriels (post, story, carrousel). Créer 3 modèles réutilisables (post, story, couverture).

03 Télécharger les applications de montage

- Installer 1 outil mobile et 1 outil desktop (ex. InShot, CapCut, Premiere Rush). Tester corte, sous-titres et export optimisé réseaux.

04 Préparer ses documents (devis, contrat, facture)

- Créer modèles modifiables : devis, contrat simple, facture. Ajouter mentions légales et conditions de paiement.

05 Établir sa grille tarifaire

- Définir offres (basique / standard / premium). Calculer coûts et marge, indiquer conditions, rajouter options payantes.

06 Programmer et poster 1 fois par jour

- Créer un calendrier hebdo; préparer 7 visuels; utiliser un outil de planification (ex. Buffer, Later). Vérifier légendes & CTA.

07 Préparer son message de prospection (3 messages)

- Rédiger 3 variantes : découverte, proposition courte, relance. Prévoir champs à personnaliser (nom, besoin, offre).

08 S'abonner et interagir avec des comptes clés

- Identifier 50 comptes pertinents (clients, partenaires, concurrents). S'abonner, liker et commenter de façon utile.

09 Créer son compte bancaire professionnel

- Comparer offres, ouvrir compte pro. Récupérer RIB et configurer moyens de paiement pour facturation.

10 Démarcher 20 clients par jour

- Lister prospects, envoyer message personnalisé + lien Calendly, suivre réponses dans un fichier de suivi.

11 Faire des lives pour présenter ses services

- Préparer un script court, annoncer 48h avant, prévoir Q&A, enregistrer et publier la rediff.

12 Parler de son activité autour de soi

- Préparer un pitch de 30 sec; informer entourage, réseaux locaux; demander recommandations et introductions.

13 Booster certaines publications

- Sélectionner 1–2 posts performants, définir objectif (visibilité/lead), tester petit budget et mesurer ROI.

14 Créer un lien Calendly pour les RDV

- Configurer disponibilités, types de rdv et questions préalables; intégrer le lien sur bio et messages de prospection.

15 Faire une liste de hashtags

- Préparer 30 hashtags pertinents : 10 larges, 10 de niche, 10 localisés. Organiser par thème et réutiliser selon post.

16 Collaborer avec agences / influenceurs

- Lister 10 partenaires potentiels, préparer une proposition claire (objectif, échange ou rémunération), contacter.

17 Construire un calendrier de contenu hebdo

- Définir thèmes journaliers (valeur, coulisses, preuve sociale, promo), assigner format et CTA pour chaque jour.

18 Créer un media kit & portfolio

- Rassembler cas clients, visuels, tarifs, témoignages. Exporter en PDF partageable et ajouter lien sur profil.

19 Installer analytics et trackers

- Activer insights (Instagram/FB/LinkedIn), installer pixel Google/Facebook si besoin. Choisir 3 KPIs (reach, leads, conversions).

20 Analyser, optimiser et planifier

- Évaluer les résultats du mois, noter 3 améliorations, planifier le mois suivant avec objectifs chiffrés.