

# Votre calendrier de contenus

Une méthode simple pour préparer quatre semaines de publications et garder une communication cohérente.

## 1. Choisissez une priorité

Complétez cette phrase : « Ce mois-ci, nos contenus doivent aider [public] à [action] grâce à [offre ou information]. » Exemple : aider les entrepreneurs à comparer nos prestations et à demander un devis.

## 2. Définissez trois angles

Expliquer : répondre à une question fréquente.

Montrer : présenter une méthode, une réalisation autorisée ou les coulisses de votre activité.

Inviter : proposer une prochaine étape claire, sans multiplier les demandes.

## 3. Préparez le nécessaire

Rassemblez vos coordonnées à jour, les informations des offres, les photos autorisées et votre charte graphique. Pour chaque publication, choisissez un message principal, un format et une action attendue.

| Avant de publier                      | Votre réponse |
|---------------------------------------|---------------|
| Quel public vise-t-on ?               | .....         |
| Quel problème ou besoin aborde-t-on ? | .....         |
| Quelle action souhaite-t-on ?         | .....         |
| Qui prépare et qui valide ?           | .....         |

# Quatre semaines pour démarrer

Exemple de rythme : deux publications par semaine. Adaptez-le à vos ressources ; ce modèle n'impose pas une fréquence commerciale.

| Semaine | Publication 1                                                      | Publication 2                                           |
|---------|--------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| 1       | Présenter une offre : pour qui, pour quoi, comment nous contacter. | Répondre à une question que vos clients posent souvent. |
| 2       | Montrer une étape de travail ou votre méthode.                     | Partager un conseil pratique directement applicable.    |
| 3       | Présenter un exemple autorisé, sans inventer de résultat.          | Expliquer les étapes d'une demande ou d'une commande.   |
| 4       | Reprendre une question reçue pendant le mois.                      | Faire le point et inviter à une conversation.           |

## La fiche d'une publication

Date prévue : .....  
 Thème / objectif : .....  
 Texte principal : .....  
 Visuel et format : .....  
 Lien ou contact : .....  
 Responsable / validation : .....

## Une bonne légende en trois temps

Une première phrase qui situe le besoin. Quelques lignes précises qui apportent une réponse.  
 Une seule invitation à agir, cohérente avec le contenu : lire une page, poser une question ou demander un renseignement.

# Publiez. Observez. Ajustez.

Le calendrier est un point de départ. Les échanges avec votre public vous aident à améliorer les contenus suivants.

## La vérification avant publication

- Les informations, prix éventuels et coordonnées sont à jour.
- Le texte est lisible sur téléphone et a été relu.
- Le visuel appartient à l'entreprise ou son usage est autorisé.
- Les personnes présentées ont donné leur accord.
- Le lien mène à la bonne page et fonctionne.

| Indicateur            | Pourquoi le suivre                             | Bilan |
|-----------------------|------------------------------------------------|-------|
| Demandes reçues       | Voir si les contenus déclenchent un échange.   | ..... |
| Questions récurrentes | Préparer les sujets du mois suivant.           | ..... |
| Clics vers une page   | Comprendre les sujets qui suscitent l'intérêt. | ..... |
| Temps de préparation  | Choisir un rythme réaliste.                    | ..... |

## Votre bilan de fin de mois

Le contenu qui a le mieux aidé nos clients :

.....

Une question à traiter le mois prochain :

.....

Une amélioration à tester :

.....

## Besoin d'un accompagnement ?

Optimum Gabon vous accompagne dans votre stratégie de communication, vos visuels et vos contenus. Les modalités et les éventuels budgets publicitaires sont précisés dans votre proposition.