Demi-heure techno

Quoi publier quand on manque d’idées?

Une méthode simple pour transformer votre quotidien en contenu utile

L’IDÉE À RETENIR

Vous n’avez pas toujours besoin de trouver de nouveaux sujets. Apprenez plutôt à reconnaître les sujets déjà présents dans votre entreprise et à les aborder sous de nouveaux angles.

La méthode en 5 étapes

1. SIGNAL	Repérez une phrase entendue dans votre quotidien.
2. SUJET	Identifiez ce dont il est réellement question.
3. ANGLE	Choisissez une façon précise d’aborder le sujet.
4. OBJECTIF	Décidez ce que la publication doit accomplir.
5. PUBLICATION	Rédigez seulement lorsque les quatre premières étapes sont claires.

1. Les phrases qui cachent des idées

Signal	Piste de contenu
« On me demande souvent… »	Répondez à une question fréquente.
« Les gens ne savent pas que… »	Faites découvrir un service, une façon de faire ou une possibilité.
« Je répète toujours… »	Transformez votre expertise en conseil.
« Nos clients pensent que… »	Clarifiez une croyance ou un mythe.
« Aujourd’hui, on a… »	Montrez des coulisses ou une actualité utile.
« On vient de… »	Expliquez une nouveauté et pourquoi elle concerne votre public.
« J’aimerais que mes clients comprennent… »	Créez un contenu éducatif.

2. Les angles qui transforment un sujet

Angle	Question pour trouver l'idée
Question	Que se demande votre clientèle?
Erreur	Quelle erreur revient souvent?
Mythe	Quelle croyance mérite d'être nuancée?
Comment	Quel processus pouvez-vous expliquer?
Pourquoi	Pourquoi agissez-vous ainsi?
Comparaison	Comment choisir entre deux possibilités?
Histoire	Quelle expérience réelle illustre le sujet?
Expertise	Quel point de vue professionnel pouvez-vous apporter?

Exemple concret

SUJET : UNE NOUVELLE ACTIVITÉ

Annonce : Voici notre prochaine activité.
Coulisses : Comment choisissons-nous les sujets de nos activités?
Question : Quel défi souhaitons-nous vous aider à résoudre?
Expertise : Ce que nous remarquons chez les entreprises que nous accompagnons.
Après l'activité : Une idée importante à retenir ou une ressource complémentaire.

3. Choisissez l'idée selon votre objectif

Informer : Présenter une nouveauté, un service ou une information utile.

Éduquer : Répondre à une question, corriger une croyance ou expliquer un processus.

Démontrer votre expertise : Partager un conseil, une analyse ou une erreur fréquente.

Faire connaître : Mettre de l'avant une activité, un produit, un service ou un membre de l'équipe.

Créer une conversation : Poser une question pertinente ou inviter les gens à partager leur expérience.

4. Utiliser l'IA sans obtenir des idées génériques

EXEMPLE DE REQUÊTE

Je travaille dans [votre secteur] et ma clientèle est [votre clientèle]. Mon sujet est [votre sujet]. Ne rédige pas les publications. Propose plutôt des angles basés sur les questions fréquentes, les erreurs, les mythes, les comparaisons, les coulisses et notre expertise. Évite les idées génériques et purement promotionnelles.

À faire

CRÉEZ UNE BANQUE D'IDÉES

Ouvrez une note dans votre téléphone intitulée « Idées de contenu ». Pendant une semaine, notez les questions, croyances, répétitions et nouveautés que vous entendez dans votre entreprise. Ne rédigez rien immédiatement. À la fin de la semaine, choisissez un sujet, un angle et un objectif.

SIGNAL → SUJET → ANGLE → OBJECTIF → PUBLICATION