

# ***21 Templates de prompts***

Prêts à l'emploi

# Bien démarrer avec votre bonus

Pour chaque template vous disposez du prompt et des options de personnalisation.

- Copiez le texte du prompt dans un éditeur de texte pour plus de lisibilité.
- Remplacez les variables avec vos données
- Collez dans chatGPT, Gemini ou Deepseek

C'est tout !

## Contenu :

- **Templates 1-6** : Techniques avancées pures
- **Templates 7-10** : Création de contenu
- **Templates 11-13** : Communication commerciale
- **Templates 14-15** : Productivité/Organisation
- **Templates 16-18** : Analyse/Stratégie
- **Templates 19-21** : Formation/Pédago



# STARTER KIT

Créez gratuitement votre  
**bibliothèque de contexte**  
business

- Étude de marché (segmentation | ciblage | positionnement)
- Proposition de valeur unique
- Business plan

CLIQUEZ  
ICI



# **Template 1 à 6 : Prompting avancé**

# Template 1 : Few-Shot - Reproduire un style éditorial

## PROMPT

### [C - CONTEXTE]

Je suis [votre rôle/activité]. Mon objectif : créer [X] nouveaux [contenus] dans le même style que mes [contenus performants passés].

Contexte performance :

- Mes [X] meilleurs [contenus] ont généré [métriques : vues, engagement, conversions]
- Je veux reproduire ce qui fonctionne tout en variant les sujets

### [P - PERSONA]

Tu es analyste de contenu et copywriter. Tu identifies les patterns de style (structure, ton, vocabulaire, hooks) pour les reproduire fidèlement sur de nouveaux sujets.

### [T - TÂCHE]

Ton rôle :

1. Analyser les [X] exemples ci-dessous
2. Identifier les patterns récurrents exacts :
  - Structure narrative (intro/corps/conclusion)
  - Longueur moyenne phrases/paragraphes
  - Type de hooks (question/affirmation/stats)
  - Utilisation émojis/formatting
  - Style CTA
3. Créer [X] nouveaux [contenus] sur des sujets différents en appliquant ces patterns

### EXEMPLES :

Exemple 1 :

[Collez votre contenu performant #1]

Exemple 2 :

[Collez votre contenu performant #2]

Exemple 3 :

[Collez votre contenu performant #3]

### [F - FORMAT]

Produit : [X] nouveaux [type de contenu]

Pour chaque nouveau contenu :

- Longueur : [même fourchette que les exemples]
- Structure : [celle identifiée dans les exemples]
- Ton : [celui identifié]

Sujets des nouveaux contenus :

1. [Sujet 1]
2. [Sujet 2]
3. [Sujet 3]
- [...]

Livraison : 1 contenu par bloc, précédé du pattern appliqué

## Personnalisation :

Remplacez [contenu] par : posts LinkedIn, emails newsletter, tweets, scripts vidéo...

Adaptez [X] selon vos besoins (3-10 exemples)

# Template 2 : Chain-of-Thought - Analyse stratégique

## PROMPT

### [C - CONTEXTE]

Je suis [votre situation]. Je fais face à [problème/décision stratégique]. Mon objectif : [résultat attendu dans X délai] avec [contraintes : budget, équipe, ressources].

Données factuelles :

- [Données chiffrées pertinentes]
- [Contexte marché/concurrence]
- [Ressources disponibles]

### [P - PERSONA]

Tu es [expert] avec [X années] d'expérience en [domaine spécifique]. Tu es connu pour ta rigueur analytique et ta capacité à décomposer les problèmes complexes en étapes actionnables.

Background :

- [Formation/certifications]
- [Expérience concrète : X projets, Y résultats]
- [Méthodologie de référence]

### [T - TÂCHE]

Ton rôle : Analyser [problème] en procédant rigoureusement étape par étape.

PROCESSUS OBLIGATOIRE (ne saute aucune étape) :

1. Reformuler le problème (clarifier l'enjeu réel vs symptômes)
2. Identifier les données/faits clés disponibles
3. Poser 3-4 hypothèses de solutions possibles
4. Analyser chaque hypothèse :
  - Points forts
  - Points faibles
  - Faisabilité (ressources/délai)
  - Risques
5. Scorer chaque hypothèse (/10) selon critères [à définir]
6. Formuler recommandation finale avec plan d'action

IMPORTANT : Montre ton raisonnement explicite à chaque étape. Justifie tes choix.

### [F - FORMAT]

Structure :

1. Reformulation problème (3 phrases max)
2. Faits clés (bullet points)
3. Hypothèses (minimum 3)
4. Analyse comparative (tableau)
5. Scoring (/10 par critère)
6. Recommandation finale (1 choix + justification)
7. Plan d'action 3 étapes avec timeline
8. Risques à anticiper (top 3)

Longueur : 800-1000 mots

Ton : Analytique, data-driven, exemples concrets

## Personnalisation :

**Adaptez les critères de scoring (faisabilité/impact/coût/temps...)**

**Définissez le nombre d'hypothèses selon complexité**

# Template 3 : Role Prompting - Contenu expert technique

## PROMPT

### [C - CONTEXTE]

Je veux créer [type de contenu] sur [sujet technique] pour [audience cible]. Mon objectif : [métriques : ranking SEO, leads, autorité] en démontrant une expertise pointue tout en restant accessible.

#### Cible :

- Profil : [démographie, métier, niveau expertise]
- Pain points : [3 frustrations principales]
- Niveau technique : [débutant/intermédiaire/expert]

### [P - PERSONA]

Tu es [titre professionnel exact] avec [X années] d'expérience chez [type entreprises/secteurs].

#### Background détaillé :

- Formation : [diplômes, certifications]
- Expérience : [X projets, Y clients, résultats chiffrés]
- Spécialités :
  1. [Domaine pointu 1]
  2. [Domaine pointu 2]
  3. [Domaine pointu 3]
- Philosophie : [approche méthodologique, valeurs]
- Références : [clients types, cas emblématiques]
- Publications : [blogs, conférences si pertinent]

### [T - TÂCHE]

Ton rôle : Créer [contenu] qui démontre ton expertise technique MAIS reste 100% actionnable pour [niveau cible].

#### Méthode :

1. [Étape analyse/diagnostic]
2. [Étape solutions concrètes]
3. [Étape quantification résultats]

#### Contraintes pédagogiques :

- Chaque concept technique = définition simple + exemple
- Chaque conseil = outil/méthode précise (pas de théorie pure)
- Chaque section = impact mesurable (temps gagné, argent économisé...)

### [F - FORMAT]

[Type de contenu] : [Titre]

#### Structure :

- Intro ([X] mots) : [hook + contexte]
- [X] sections principales :  
[Détail structure attendue]
- Conclusion ([X] mots) : [synthèse + next steps]

#### Longueur : [X] mots

Ton : Expert mais pédagogue, exemples chiffrés, zéro jargon non-expliqué

Contraintes : Chaque section = 1 action concrète applicable en [délai]

#### Éléments obligatoires par section :

- 1 exemple chiffré
- 1 outil/ressource précis (nom + lien si possible)
- 1 impact mesurable attendu

## Personnalisation :

**Plus le persona est détaillé (certifications, clients, résultats), meilleure est la crédibilité**

**Adaptez la contrainte pédagogique au niveau de votre audience**

# Template 4 : Constrained Creativity - Formats courts

## PROMPT

### [C - CONTEXTE]

Je crée [campagne/contenu] pour [objectif précis]. Je dois tester [X] variations pour identifier les angles les plus performants. Contrainte majeure : [format court : caractères, secondes, mots].

Cible :

- [Profil]
- [Plateforme/canal]
- [Comportement attendu : clic, réponse, partage]

### [P - PERSONA]

Tu es [créatif/copywriter] expert en [formats contraints spécifiques]. Tu maîtrises l'art de maximiser l'impact avec un minimum de mots. Tu connais les déclencheurs psychologiques de [audience].

### [T - TÂCHE]

Ton rôle : Créer [X variations] de [format] en respectant TOUTES les contraintes. Tester différents angles psychologiques ([liste : peur, aspiration, urgence, curiosité, preuve sociale...]).

CONTRAINTES OBLIGATOIRES (aucune exception) :

1. Longueur MAX : [X caractères/mots/secondes] (espaces/ponctuation compris)
2. Mots/expressions INTERDITS : [liste précise]
3. Structure IMPOSÉE : [template exact]
4. Ton : [style très précis]
5. Élément OBLIGATOIRE : [chiffre/délai/bénéfice spécifique/question...]

### [F - FORMAT]

Produit : [X] variations de [format]

Chaque variation doit :

- Respecter longueur MAX (indiquer nombre caractères/mots)
- Avoir un angle psychologique différent (préciser lequel)
- Inclure [élément obligatoire]
- Être testable A/B (variation claire vs autres)

Livraison souhaitée :

[Angle psychologique] | [Contenu] | [Nombre caractères/mots]

Exemple format :

Urgence | Dernier jour : -50% formation | 34 car.

✗ VALIDATION : Si 1 seule variation dépasse la longueur OU utilise un mot interdit, recommence.

## Personnalisation :

**Formats : accroches pub, slogans, tweets, SMS, objet email, scripts vidéo courts**

**Angles psychologiques : adaptez selon votre produit/service**



# Template 5 : Iterative Prompting - Contenu long structuré

## PROMPT

PROMPT 1 - Génération Plan :

[C - CONTEXTE]

Je crée [type de contenu long] sur [sujet] pour [audience]. Mon objectif : [métriques : ranking, leads, engagement, autorité].

Cible :

- [Profil détaillé]
- [Besoins/questions principales]
- [Niveau de connaissance du sujet]

[P - PERSONA]

Tu es [expert] avec [expérience]. Tu maîtrises [compétences spécifiques] et tu as [réalisations concrètes].

[T - TÂCHE]

Ton rôle : Créer UNIQUEMENT le plan détaillé de [contenu]. Ne rédige RIEN encore.

PROCESSUS :

1. Identifier [X] sections principales qui répondent aux besoins de la cible
2. Pour chaque section : [Y] sous-points clés actionnables
3. Suggérer des exemples concrets/cas pratiques/données à inclure
4. Estimer le nombre de mots par section (total [Z] mots)

[F - FORMAT]

Plan structuré :

- Section 1 : [Titre H2]
- [Sous-point H3]
- [Sous-point H3]
- [...]
- Exemples suggérés : [...]
- Mots estimés : [X]

- Section 2 : [...]

[...]

Total estimé : [Z] mots

Répartition : [équilibrée / focus sur sections X-Y]

PROMPT 2 - Développement (répété par section) :

Développe maintenant la Section [N] : [Titre de la section]

Contraintes :

- Longueur : [X-Y] mots
- Ton : [style précis]
- Inclure obligatoirement :
  - [Élément 1 : exemple, chiffre, citation...]
  - [Élément 2]
  - [Élément 3]
- Structure interne :
  - Intro sous-section (pourquoi c'est important)
  - Développement ([X] points)
  - Exemple concret
  - Transition naturelle vers Section [N+1]

Référence : Respecte le plan validé (Section [N] du plan)

PROMPT 3 - Optimisation globale :

Révisé l'ensemble du contenu (Sections 1-[X]) pour :

1. Harmonisation ton :
  - Identifier passages trop [formels/familiers/techniques]
  - Uniformiser au niveau [cible]
2. Transitions :
  - Vérifier fluidité entre sections
  - Renforcer liens logiques (ajouter phrases de transition si besoin)
3. Exemples concrets :
  - Vérifier : minimum [X] exemples chiffrés/cas pratiques
  - Ajouter [Y] exemples supplémentaires si manquants
4. SEO (si applicable) :
  - Mot-clé principal : [keyword]
  - Variations : [liste]
  - Densité cible : [%]
  - Vérifier présence dans : titre, H2, intro, conclusion
5. Longueur finale :
  - Objectif : [Z] mots ± [%]
  - Équilibrer sections (aucune <[X] mots)
6. Éléments manquants :
  - [CTA mid-article / en conclusion]
  - [Visuels suggérés : graphiques, schémas]
  - [Ressources complémentaires]

Livraison : Version finale optimisée

## Personnalisation :

Adaptez le nombre de sections selon longueur cible

PROMPT 2 peut être répété 3-10 fois selon structure

# Template 6 : Negative Prompting - Éliminer clichés

## PROMPT

### [C - CONTEXTE]

Je crée [contenu] pour [audience]. Mon objectif : me différencier de [concurrents/approches classiques] qui utilisent tous [ton corporate/jargon/formules creuses]. Je vise [résultat : engagement, réponses, conversions].

### [P - PERSONA]

Tu es [expert] qui déteste [jargon/langue de bois/ton corporate]. Tu privilégies [transparence/parler-vrai/approche humaine].

### [T - TÂCHE]

Ton rôle : Créer [contenu] qui sonne comme écrit par [humain/pair] pour [humain/pair], pas par [entreprise/robot/vendeur].

### Approche :

- [Méthode 1]
- [Méthode 2]
- [Méthode 3]

### [F - FORMAT]

[Structure du contenu]

Longueur : [X] mots

Ton : [style précis]

### ❌ INTERDICTIONS ABSOLUES :

#### 1. Mots/expressions BANNIES (utilisation = échec) :

[Liste exhaustive de 10-20 termes/phrases à éviter]

Exemples :

- Nous vous accompagnons
- Solutions innovantes
- Expertise
- [...]

#### 2. Tons à ÉVITER :

- [Corporate/institutionnel]
- [Condescendant/donneur de leçons]
- [Vendeur agressif]
- [...]

#### 3. Structures INTERDITES :

- [Présentation entreprise type Nous sommes...]
- [Listes génériques de services]
- [Phrases >X mots]
- [Formules de politesse formelles]

#### 4. Clichés à ÉLIMINER :

[Liste de 5-10 phrases bateau fréquentes dans votre secteur]

Exemples :

- Dans un monde en constante évolution...
- À l'ère du digital...
- [...]

#### 5. Contraintes négatives additionnelles :

- Pas de [élément spécifique]
- Pas de [comportement langagier]
- Zéro [type de formulation]

### ✅ VALIDATION OBLIGATOIRE :

Relis le contenu généré. Si 1 SEUL mot/expression interdit apparaît, RECOMMENCE entièrement. Pas d'exception.

Liste universelle à copier-coller (clichés marketing) :

### ❌ INTERDICTIONS MARKETING UNIVERSELLES :

#### Formules creuses :

- Dans un monde en constante évolution
- À l'ère du digital/numérique
- Plus que jamais
- Il est temps de
- Ne manquez pas cette opportunité

#### Jargon corporate :

- Nous vous accompagnons
- Solutions sur-mesure/clé en main
- Expertise reconnue
- Approche innovante
- Méthodologie éprouvée
- Valoriser votre savoir-faire
- Optimiser votre performance

#### Superlatifs vides :

- Meilleur/Best
- Leader
- Unique
- Révolutionnaire
- Exceptionnel/Excellence

#### Phrases bateau :

- Votre satisfaction est notre priorité
- N'hésitez pas à nous contacter
- Nous mettons tout en œuvre
- Fort de X années d'expérience
- Notre équipe d'experts

#### CTA agressifs :

- Contactez-nous DÈS MAINTENANT
- Offre LIMITÉE
- Ne ratez pas
- Dernière chance
- Places limitées (si faux)

# **Template 7 à 10 : Création de contenu**

# Template 7 : Article de blog optimisé (1000-1500 mots)

## PROMPT

### [C - CONTEXTE]

Je crée un article de blog sur [sujet] pour [audience précise]. Mon objectif : ranker sur [mot-clé principal] et générer [X leads/inscriptions/partages] via [CTA spécifique].

### Cible :

- Profil : [démographie, métier, niveau expertise]
- Problème résolu : [pain point principal]
- Intention de recherche : [informationnelle/transactionnelle/navigationnelle]

### [P - PERSONA]

Tu es rédacteur SEO et [expert du sujet] avec expérience en [secteur]. Tu maîtrises l'équilibre entre optimisation moteurs et lisibilité humaine.

### [T - TÂCHE]

Ton rôle : Créer un article complet, immédiatement publiable, qui :

1. Répond à l'intention de recherche de [audience]
2. Se positionne sur [mot-clé] (densité 1-1,5%, naturelle)
3. Démontre expertise via exemples concrets/données
4. Convertit en [action attendue]

### Méthode :

- Structure : Intro engageante → Contenu actionnable → Conclusion + CTA
- Preuves : Minimum [X] exemples chiffrés ou cas pratiques
- Lisibilité : Phrases <20 mots, 1 idée/paragraphe, sous-titres clairs

### [F - FORMAT]

Article : [Titre optimisé SEO + engagement]

### Structure obligatoire :

#### **\*\*Intro (150-200 mots) :\*\***

- Hook (stat choc / question / affirmation contre-intuitive)
- Problème posé (amplification pain point)
- Promesse article (bénéfice concret)
- Plan annoncé (5-7 sections)

#### **\*\*Corps (800-1000 mots) :\*\***

[X] sections (H2) avec :

- [Section 1] : [Sujet]
  - [3-4 points clés H3]
  - [Exemple concret ou chiffre]
- [Section 2] : [Sujet]
- [...]

#### **\*\*Conclusion (150-200 mots) :\*\***

- Synthèse (3 points clés)
- CTA clair ([inscription/téléchargement/contact])
- Ouverture (prochaine étape/ressource complémentaire)

#### **\*\*Contraintes SEO :\*\***

- Mot-clé principal [X] : titre H1, 1 H2, intro, conclusion
- Mots-clés secondaires : [liste]
- Longueur : 1200-1500 mots
- Meta-description suggérée (150 car max)

#### **\*\*Ton :\*\*** [Informatif/conversationnel/expert], 2ème personne, exemples concrets

### **✗ INTERDICTIONS :**

- Jargon non-expliqué
- Affirmations sans preuve/source
- Paragraphes >100 mots
- Intro générique (Dans cet article, nous allons...)

## Personnalisation :

**Adaptez nombre de sections selon profondeur sujet**

**Variez intensité SEO selon stratégie (evergreen vs topical)**

# Template 8 : Post LinkedIn viral (150-200 mots)

## PROMPT

### [C - CONTEXTE]

Je veux créer un post LinkedIn sur [sujet] qui génère [engagement : commentaires, partages, impressions]. Mon objectif : [développer autorité/générer leads/promouvoir contenu].

### Audience :

- [Profil LinkedIn : poste, secteur, niveau]
- [Pain point ou aspiration]

### [P - PERSONA]

Tu es expert contenu LinkedIn avec [X posts viraux] (50k+ impressions). Tu maîtrises les patterns de viralité : hooks, storytelling court, questions d'engagement.

### [T - TÂCHE]

Ton rôle : Créer [X variations] de posts LinkedIn testant différents hooks/angles sur [sujet].

### Méthode viralité LinkedIn :

1. Hook = Question contre-intuitive OU stat choc OU affirmation provocante (1 ligne)
2. Story = Transformation personnelle en 3 actes (avant/déclat/après) - 100 mots max
3. Enseignement = 3 points actionnables (numérotés)
4. CTA = Question engagement (pas suivez-moi)

### [F - FORMAT]

Produit : [X] posts LinkedIn

### Chaque post :

- Longueur : 150-200 mots
- Structure :
  - Hook (1 phrase, 8-12 mots max)
  - Ligne blanche
  - Story/Contexte (3-4 phrases courtes)
  - Ligne blanche
  - Enseignement (3 points numérotés avec émojis)
  - Ligne blanche
  - CTA question (Et vous, [question] ?)
- Ton : Direct, vulnérable, 1ère personne
- Formatage : Lignes courtes (max 15 mots), espaces aérés, émojis parcimonie

### Sujets/Angles :

1. [Angle 1 : erreur courante]
2. [Angle 2 : transformation personnelle]
3. [Angle 3 : conseil contre-intuitif]

### ❌ INTERDICTIONS :

- Hook banal (Je voulais partager...)
- Histoire >50 mots
- Liste >5 points (dilue message)
- CTA Suivez-moi pour plus (pas de valeur)
- Émojis >5 par post

## Personnalisation :

**Testez 3-5 variations par sujet pour identifier meilleur angle**

**Adaptez tone selon votre marque personnelle**

# Template 9 : Script vidéo court (30-60 secondes)

## PROMPT

### "[C - CONTEXTE]

Je crée une vidéo [format : Reel Instagram, Short YouTube, TikTok] de [30/60] secondes sur [sujet] pour [audience]. Mon objectif : [vues, engagement, trafic vers lien bio].

### Cible :

- [Démographie]
- [Plateforme principale]
- [Comportement : scroll rapide, attention <3 secondes]

### [P - PERSONA]

Tu es créateur de contenu vidéo viral sur [plateforme] avec [X millions] vues cumulées. Tu maîtrises les patterns de rétention : hook visuel, rythme rapide, payoff satisfaisant.

### [T - TÂCHE]

Ton rôle : Créer un script vidéo de [X] secondes qui accroche dans les 3 premières secondes et maintient l'attention jusqu'à la fin.

### Méthode rétention vidéo :

1. Hook visuel/verbal (0-3s) = Pattern interruption
2. Promesse claire (3-5s) = Tu vas apprendre X
3. Contenu rapide (5-25s) = [3-5 points] rythme soutenu
4. Payoff (25-30s) = Révélation/conseil final + CTA

### [F - FORMAT]

Script vidéo [durée]

### \*\*HOOK (0-3s) :\*\*

Visuel : [Action/élément surprenant]

Texte écran : [Phrase choc]

Audio : [Phrase accrocheuse]

### \*\*PROMESSE (3-5s) :\*\*

Texte : Je te montre [bénéfice précis]

### \*\*CONTENU (5-[X]s) :\*\*

[Numérotation 1-2-3 ou découpage séquentiel]

### Point 1 ([Xs]) :

- Visuel : [...]

- Texte écran : [...]

- Audio : [...]

### Point 2 ([Xs]) :

[...]

### Point 3 ([Xs]) :

[...]

### \*\*PAYOFF (dernières 5s) :\*\*

- Révélation : [Conseil final impactant]

- CTA : [Action : sauvegarde, partage, lien bio]

### \*\*Contraintes techniques :\*\*

- Durée TOTALE : [30/60]s

- Texte écran : Lisible 1-2s (5-8 mots max)

- Audio : Phrases <10 mots

- Rythme : Changement visuel toutes les 3-5s (maintien attention)

\*\*Ton : [Énergique/pédagogue/inspirant], rythme soutenu

### ❌ INTERDICTIONS :

- Intro >3s (perte attention)

- Explication longue (simplicité max)

- CTA vague (Abonne-toi)

"

## Personnalisation :

**Adaptez durée selon plateforme (TikTok vs YouTube Shorts)**

**Variez hook selon format (question/stat/affirmation)**

# Template 10 : Newsletter engaging (300-400 mots)

## PROMPT

### [C - CONTEXTE]

J'envoie une newsletter [fréquence] à [taille liste] abonnés sur [thématique]. Taux d'ouverture actuel : [X]%. Mon objectif : augmenter engagement (ouvertures + clics) et réduire désabonnements.

### Audience :

- [Profil abonné]
- [Raison abonnement]
- [Attentes contenu]

### [P - PERSONA]

Tu es rédacteur newsletter avec expertise en email marketing. Tu connais les patterns de rétention : personnalisation, valeur immédiate, ton conversationnel.

### [T - TÂCHE]

Ton rôle : Créer une newsletter qui se lit comme un email d'ami, pas une communication corporate. Maximiser valeur perçue (apprentissage/divertissement) tout en guidant vers [action attendue].

### Méthode :

1. Objet = Curiosité ou bénéfice direct (6-8 mots)
2. Intro personnelle = Connexion humaine (anecdote/observation)
3. Contenu = 1 insight actionnable + 2-3 ressources/liens
4. CTA = Simple, clair, low-friction

### [F - FORMAT]

Newsletter : [Thème de l'édition]

### \*\*OBJET (6-8 mots max) :\*\*

- [Variante 1 : curiosité]
- [Variante 2 : bénéfice]
- [Variante 3 : urgence douce]

### \*\*PRÉ-HEADER (40 car max) :\*\*

[Complète l'objet, intrigue]

### \*\*CORPS (300-400 mots) :\*\*




#### Intro personnelle (50 mots) :

- Salut [Prénom] (si possible)
- Accroche personnelle (observation/anecdote)
- Transition vers sujet

#### Insight principal (150 mots) :

- [1 idée clé avec contexte]
- [Pourquoi c'est important maintenant]
- [Exemple concret ou mini-étude de cas]

#### Ressources (100 mots) :

-  [Lien 1 : article/outil avec 1 phrase pitch]
-  [Lien 2 : vidéo/podcast avec bénéfice]
-  [Lien 3 : ressource pratique]

#### CTA (50 mots) :

- [Action souhaitée claire]
- [Bénéfice de cliquer]
- [Bouton ou lien souligné]

#### Signature :

[Ton prénom]

PS : [Question engagement ou teaser prochaine édition]

### \*\*Contraintes :\*\*

- Ton : Conversationnel, 1ère personne, tutoiement (ou vouvoiement selon audience)
- Liens : 3-5 max (pas de spam)
- Longueur paragraphes : <4 lignes
- 1 email = 1 thème central (pas de dispersion)

### ✗ INTERDICTIONS :

- Intro corporate (Bonjour chers abonnés...)
- Liste >5 ressources (dilue attention)
- CTA multiple (confusion)
- Langue de bois marketing

## Personnalisation :

**Adaptez fréquence contenu selon rythme envoi (hebdo vs mensuel)**

**Variez ratio insights/ressources selon positionnement**

# **Template 11 à 13 : Communication commerciale**



# Template 11 : Email prospection froide B2B (100-120 mots)

## PROMPT

"[C - CONTEXTE]

Je prospector [type d'entreprises : taille, secteur] pour vendre [produit/service]. Mon objectif : obtenir [X]% de taux de réponse pour décrocher [appel/démo/RDV].

Cible :

- Décideur : [poste exact]
- Pain point : [problème spécifique que votre solution résout]
- Objection principale : [temps/budget/changement]

[P - PERSONA]

Tu es expert en cold outreach B2B avec [X années] expérience. Tes campagnes génèrent [Y]% de réponses (vs <2% moyenne marché). Tu maîtrises la personnalisation à échelle et le copywriting orienté bénéfice.

[T - TÂCHE]

Ton rôle : Créer un email de prospection qui :

1. Prouve que tu as analysé LEUR entreprise (personnalisation visible)
2. Identifie UN problème concret qu'ils ont
3. Propose une solution low-risk (audit/démo gratuite/ressource)
4. Facilite la réponse (CTA ultra-simple)

Méthode :

- Hyper-personnalisation première ligne (site/LinkedIn/actualité)
- Problème quantifié (impact business chiffré)
- Solution = offre gratuite (pas de vente directe)
- CTA binaire simple (Oui intéressé / Envoyez-moi X)

[F - FORMAT]

Email prospection B2B

**\*\*OBJET (6-8 mots, personnalisé) :\*\***

[Variante 1 : Pattern interruption lié à leur entreprise]

[Variante 2 : Question sur problème spécifique]

[Variante 3 : Mention élément observé]

**\*\*CORPS (100-120 mots max) :\*\***

Accroche personnalisée (20 mots) :

[Prénom], j'ai vu [élément spécifique sur leur site/LinkedIn/actualité].

Pain point quantifié (30-40 mots) :

Problème observé : [X spécifique]. Impact probable : [conséquence chiffrée ou business].

Proposition low-risk (30-40 mots) :

Je [action concrète] pour [type entreprises similaires]. [Résultat chiffré].

Offre : [audit/analyse/ressource gratuite] - [délai livraison]. [Valeur si payant].

CTA simple (15-20 mots) :

Intéressé ? Répondez '[OUI]', je vous l'envoie sous [X]h.

**\*\*PS (optionnel, 15 mots max) :\*\***

Preuve sociale courte : [Client similaire], [résultat en X jours].

**\*\*Signature :\*\***

[Prénom Nom]

[Poste] | [Entreprise]

[Lien LinkedIn ou site]

**\*\*Contraintes :\*\***

- Ton : Peer-to-peer (pas nous vous accompagnons)
- Zéro superlatif (meilleur, leader)
- 1 email = 1 offre (audit OU ressource, pas les deux)
- Personnalisation OBLIGATOIRE ligne 1

**✗ INTERDICTIONS :**

- Présentation entreprise (Nous sommes une agence de...)
- Liste services génériques
- CTA agressif (Prenez RDV maintenant)
- Flou sur l'offre (préciser valeur/délai)

**\*\*VARIABLES À REMPLIR (personnalisation échelle) :\*\***

- {{prenom}} :
- {{element\_observed}} : [site/poste LinkedIn/actualité]
- {{probleme\_specifique}} : [adapté à leur secteur]
- {{resultat\_similaire}} : [client comparable]

"

## Personnalisation :

**Créez 3-5 variations pour tester angles différents**

**Adaptez pain point selon segmentation (secteur/taille/étape croissance)**

# Template 12 : Email relance (après non-réponse) - 80 mots

## PROMPT

### [C - CONTEXTE]

Mon premier email de prospection a été envoyé il y a [X jours]. Taux d'ouverture : [Y]%, taux de réponse : [Z]%. Je veux relancer les non-répondeurs sans être insistant.

### Hypothèses non-réponse :

- [Raison 1 : timing mauvais]
- [Raison 2 : offre pas claire]
- [Raison 3 : pas prioritaire]

### [P - PERSONA]

Tu es expert en séquences email B2B. Tu maîtrises l'art de relancer sans harceler : valeur additionnelle, ton léger, facilité de dire non.

### [T - TÂCHE]

Ton rôle : Créer un email de relance qui :

1. Reconnaît le non-retour (empathie, pas reproche)
2. Apporte une NOUVELLE information/valeur (pas répéter email 1)
3. Facilite autant le non que le oui (respect temps)

### Méthode :

- Accroche humble (Je sais que tu es occupé)
- Nouveau bénéfice ou angle (pas répéter offre initiale)
- Permission de dire non clairement (Si pas pertinent, dis-le)

### [F - FORMAT]

Email relance (80 mots MAX)

### \*\*OBJET (5-7 mots) :\*\*

[Variante 1 : Re: [objet initial] (thread)]

[Variante 2 : [Prénom], dernier message (standalone)]

### \*\*CORPS (80 mots max) :\*\*

#### Reconnaissance (15 mots) :

[Prénom], je sais que tu es débordé. Mon dernier email est peut-être passé inaperçu.

#### Nouvelle valeur (35 mots) :

Entre-temps, [nouvelle info pertinente : étude de cas, contenu, outil gratuit].  
[Bénéfice spécifique pour leur situation].

#### Permission de refuser (15 mots) :

Si pas pertinent pour toi, réponds 'Non merci' et je ne te relance plus.

#### CTA alternatif (15 mots) :

Sinon, toujours dispo pour [offre initiale]. Un simple 'OK' suffit.

### \*\*Signature :\*\*

[Prénom]

### \*\*Contraintes :\*\*

- Ton : Léger, humble, zéro pression
- Nouvelle valeur OBLIGATOIRE (étude de cas récente, outil, stat...)
- Faciliter le non autant que le oui
- Longueur MAX 80 mots (respect temps lecteur)

### ✗ INTERDICTIONS :

- Insistance (Je n'ai pas eu de retour... en mode reproche)
- Répéter offre initiale mot pour mot
- Urgence artificielle (Dernière chance)
- Culpabilisation

## Personnalisation :

**Timing relance : J+3 (si urgent) à J+7 (standard B2B)**

**Adaptez nouvelle valeur selon feedback email 1**

# Template 13 : Landing page produit/service (500-600 mots)

## PROMPT

[C - CONTEXTE]  
Je crée une landing page pour [produit/service] ciblant [audience]. Mon objectif : conversion de [X]% des visiteurs en [action : inscription, achat, démo].

Produit :  
- [Description courte]  
- [Problème résolu]  
- [Différenciation vs concurrence]  
- [Prix/modèle économique]

Cible :  
- [Profil détaillé]  
- [Pain points top 3]  
- [Objections prévisibles]

[P - PERSONA]  
Tu es copywriter landing pages avec expertise conversion optimization. Tu maîtrises les frameworks AIDA, PAS (Problem-Agitate-Solve) et les principes Cialdini (preuve sociale, rareté, autorité).

[T - TÂCHE]  
Ton rôle : Créer une landing page qui convertit en guidant le visiteur à travers :  
1. Identification problème (empathie)  
2. Amplification douleur (agitation)  
3. Présentation solution (bénéfices > features)  
4. Preuve sociale (lever objections)  
5. Appel action clair (low-friction)

Méthode :  
- Structure pyramide inversée (essentiel d'abord)  
- Ratio bénéfices/features : 80/20  
- Preuves concrètes (chiffres, témoignages, logos clients)  
- 1 CTA principal répété 2-3 fois

[F - FORMAT]  
Landing page : [Produit/Service]

**\*\*HERO SECTION (Above the fold) :\*\***

Titre (H1, 8-12 mots) :  
[Bénéfice principal + résultat quantifié]  
Exemple : Lancez votre newsletter en 7 jours. Sans coder.

Sous-titre (20-30 mots) :  
[Amplification bénéfice + pour qui + promesse]  
Exemple : La plateforme tout-en-un pour entrepreneurs qui veulent monétiser leur audience sans devenir développeur.

CTA principal :  
[Bouton] [Action] (ex: Démarrer gratuitement, Voir la démo)  
Texte rassurance (sous bouton) : [Précision : gratuit, sans CB, annulation simple]

Visuel :  
[Screenshot produit / Vidéo démo / Illustration bénéfice]

**\*\*SECTION PROBLÈME (150 mots) :\*\***

Titre (H2) : [Question ou affirmation sur pain point]  
Exemple : Marre de perdre 10h/semaine sur des outils qui ne parlent pas entre eux ?

Corps :  
- Pain point 1 (amplifié) : [X] vous fait perdre [temps/argent/énergie]  
- Pain point 2 : [Y] complique [action quotidienne]  
- Pain point 3 : [Z] vous empêche de [objectif]

Transition : Il y a une meilleure façon.

**\*\*SECTION SOLUTION (200 mots) :\*\***

Titre (H2) : [Nom produit] : [promesse principale]

Bénéfices (3-4 blocs avec icônes) :  
🔑 [Bénéfice 1]  
[Description courte 15-20 mots focus résultat]  
Exemple : Publiez sur 5 plateformes en 1 clic. Gagnez 8h/semaine.

🚀 [Bénéfice 2]  
[...]

📈 [Bénéfice 3]  
[...]

📌 [Bénéfice 4 optionnel]  
[...]

CTA secondaire :  
[Bouton] [Action]

**\*\*SECTION PREUVE SOCIALE (100 mots) :\*\***

Titre (H2) : [X] entrepreneurs nous font confiance

Témoignages (2-3 courts) :  
[Citation courte 15-20 mots]  
- [Nom], [Poste] chez [Entreprise/Secteur]

Logos clients (si applicable) :  
[6-8 logos entreprises/médias]

Stats clés :  
- [X] utilisateurs actifs  
- [Y]% gain moyen [métrique]  
- [Z]/5 note moyenne

**\*\*SECTION FONCTIONNALITÉS (optionnel, 80 mots) :\*\***

Titre (H2) : Comment ça marche ?

3 étapes simples :  
1. [Étape 1] : [Action]  
2. [Étape 2] : [Action]  
3. [Étape 3] : [Résultat]

**\*\*SECTION PRICING (si applicable, 60 mots) :\*\***

Titre (H2) : Tarifs transparents

[Tableau ou blocs pricing]  
- Plan gratuit : [features limitées]  
- Plan Pro : [X€/mois] - [features principales]  
- Plan Entreprise : [Sur devis]

Garantie : [X jours satisfait ou remboursé] (si applicable)

**\*\*SECTION CTA FINAL (40 mots) :\*\***

Titre (H2) : [Reformulation bénéfice principal]  
Exemple : Prêt à gagner 10h/semaine ?

CTA :  
[Bouton large] [Action principale]  
Texte rassurance : [Gratuit/Sans engagement/Annulation simple]

**\*\*FOOTER :\*\***  
- FAQ (3-5 questions courtes)  
- Lien ressources (blog, support)  
- Mentions légales

**\*\*Contraintes globales :\*\***  
- Longueur : 500-600 mots  
- Ton : [Conversational/Professionnel] adapté cible  
- Ratio bénéfices/features : 80/20  
- CTA répété minimum 2 fois (hero + final)  
- Preuves sociales obligatoires (testimonials OU stats OU logos)

❌ **INTERDICTIONS :**  
- Features avant bénéfices (Notre outil a X fonctionnalités...)  
- Jargon technique non-expliqué  
- Paragraphes >50 mots (lisibilité)  
- CTA vague (En savoir plus)  
- Absence de rassurance (prix, engagement, garantie)

## Personnalisation :

## Adaptez sections selon complexité produit (SaaS vs service vs formation)

## Testez variantes hero section (A/B testing titres)



# **Template 14 à 15 : Productivité/organisation**

# Template 14 : Compte-rendu de réunion actionnable (200-300 mots)

## PROMPT

### [C - CONTEXTE]

Je dois transformer mes notes de réunion [type : client, équipe, stratégie] en compte-rendu exploitable. Participants : [X personnes]. Durée : [Y minutes]. Mon objectif : document clair avec actions assignées et deadlines.

### Réunion :

- Sujet principal : [...]
- Décisions à prendre : [...]
- Projets en cours : [...]

### [P - PERSONA]

Tu es assistant exécutif expert en synthèse et suivi de projets. Tu maîtrises la transformation de discussions floues en actions SMART (Spécifiques, Mesurables, Assignées, Réalistes, Temporisées).

### [T - TÂCHE]

Ton rôle : Transformer mes notes brutes en compte-rendu structuré qui :

1. Synthétise les décisions clés
2. Liste les actions avec responsables et deadlines
3. Identifie les points en suspens nécessitant suivi

### Méthode :

- Eliminer blabla et redondances
- Extraire uniquement décisions + actions
- Assigner clairement (qui fait quoi, quand)
- Signaler blocages/risques

### [F - FORMAT]

Compte-rendu réunion

### \*\*EN-TÊTE :\*\*

- Date : [JJ/MM/AAAA]
- Sujet : [Titre réunion]
- Participants : [Liste]
- Durée : [X min]
- Rédacteur : [Nom]

### \*\*1. DÉCISIONS PRISES (bullet points) :\*\*

- ✓ [Décision 1 claire et actionnable]
- ✓ [Décision 2]

[...]

### \*\*2. ACTIONS À MENER (tableau) :\*\*

Action	Responsable	Deadline	Statut
[Action précise]	[Nom]	[JJ/MM]	● Urgent / ● Normal / ● FYI
[...]	[...]	[...]	[...]

### \*\*3. POINTS EN SUSPENS (nécessitant clarification) :\*\*

- ? [Question non-réolue 1] → À clarifier avec [Qui], avant [Date]
- ? [Question 2]

[...]

### \*\*4. PROCHAINES ÉTAPES :

- 📅 Prochaine réunion : [Date] - [Objectif]
- 📁 Documents à préparer : [Liste si applicable]

### \*\*NOTES BRUTES (à transformer) :\*\*

[Collez vos notes de réunion ici - ChatGPT les structurera]

### \*\*Contraintes :

- Longueur : 200-300 mots (hors notes brutes)
- 1 décision/action = 1 phrase claire
- Deadline OBLIGATOIRE pour chaque action
- Ton : Factuel, neutre, pas d'interprétation

### ✗ INTERDICTIONS :

- Paraphrases longues (Il a été discuté que...)
- Actions vagues (Réfléchir à, Voir pour)
- Responsables flous (L'équipe, On)

## Personnalisation :

Adaptez granularité selon type réunion (stratégique vs opérationnelle)

Ajoutez section Budget ou Risques si pertinent

# Template 15 : Brainstorming structuré (générer 20+ idées)

## PROMPT

[C - CONTEXTE]  
Je cherche des idées pour [projet/campagne/contenu] sur [sujet]. Contraintes : [budget, délai, ressources]. Mon objectif : générer minimum 20 idées variées pour identifier les 3-5 les plus prometteuses.

Cadre :  
- Audience cible : [...]  
- Objectif final : [...]  
- Contraintes : [...]  
- Inspiration : [exemples/concurrents si applicable]

[P - PERSONA]  
Tu es créatif et stratège avec expertise en [domaine pertinent]. Tu maîtrises les techniques de brainstorming (SCAMPER, Random Input, Reverse Thinking) pour générer des idées originales sous contraintes.

[T - TÂCHE]  
Ton rôle : Générer 20+ idées en utilisant différentes approches créatives :  
1. Idées classiques/éprouvées (30%)  
2. Idées innovantes/risquées (40%)  
3. Idées contre-intuitives/provocantes (30%)

Méthode :  
- Varier les angles (humour, émotion, éducation, controverse)  
- Mixer formats (court/long, visuel/texte, interactif/passif)  
- Scorer chaque idée (faisabilité + impact potentiel)

[F - FORMAT]  
Brainstorming : [Sujet]

**\*\*CONTEXTE RAPPEL :\*\***  
Objectif : [...]  
Cible : [...]  
Contraintes : [...]

**\*\*IDÉES GÉNÉRÉES (minimum 20) :\*\***

#	Idée (résumé 10 mots max)	Type	Faisabilité /5	Impact /5	Notes
1	[Idée courte]	Classique	5	3	[Exemple ou précision]
2	[Idée]	Innovante	3	5	[...]
3	[Idée]	Provocante	2	4	[...]
	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
20	[Idée]	Classique	4	4	[...]

**\*\*Types :\*\***  
- Classique = Déjà vu mais efficace  
- Innovante = Nouveau, différenciant  
- Provocante = Contre-intuitif, risqué

**\*\*Scoring :\*\***  
- Faisabilité : 5 = Immédiat / 1 = Complexe/long  
- Impact : 5 = Fort potentiel viralité/conversion / 1 = Faible

**\*\*TOP 5 RECOMMANDÉES (selon score total) :\*\***

1. **\*\*[Idée X]\*\*** (Score : [Faisabilité + Impact]/10)  
- Pourquoi : [Justification]  
- Première étape : [Action concrète]

2. [Idée Y]  
[...]

**\*\*IDÉES À COMBINER (optionnel) :\*\***  
💡 [Idée A] + [Idée B] = [Concept hybride]  
💡 [...]

**\*\*Contraintes :\*\***  
- Minimum 20 idées générées  
- Variété obligatoire (pas 20 variations du même concept)  
- Scoring objectif (ne gonfler pas artificiellement)  
- Notes spécifiques (pas de généralités)

**❌ INTERDICTIONS :**  
- Idées floues (Faire du marketing)  
- Redondances (compter 1 même idée = 1 seule fois)  
- Scorer sans justification

## Personnalisation :

Adaptez types selon secteur (ex: B2B → moins provocant, plus éducatif)

Ajoutez critère Budget si ressources limitées

# **Template 16 à 18 : Analyse/Stratégie**

# Template 16 : Analyse SWOT complète (500 mots)

## PROMPT

[C - CONTEXTE]  
J'analyse [entreprise/produit/projet] pour [décision stratégique : lancement, pivot, expansion]. Secteur : [X]. Concurrence : [Y]. Mon objectif : identifier opportunités et risques pour orienter [plan 3-6-12 mois].

Contexte :  
- Marché actuel : [taille, tendances]  
- Position actuelle : [part de marché, revenus, équipe]  
- Horizon décision : [court/moyen/long terme]

[P - PERSONA]  
Tu es consultant stratégie avec 15 ans d'expérience en [secteur]. Tu as mené 100+ analyses SWOT pour [type entreprises]. Tu maîtrises l'identification d'opportunités non-évidentes et de risques sous-estimés.

[T - TÂCHE]  
Ton rôle : Créer une analyse SWOT approfondie qui :  
1. Identifie Forces/Faiblesses internes (objectivement)  
2. Détecte Opportunités/Menaces externes (données marché)  
3. Croise les 4 axes pour générer stratégies actionnables  
4. Priorise les 3 actions immédiates à lancer

Méthode :  
- SWOT classique (4 quadrants)  
- Matrice croisée (Forces×Opportunités, Faiblesses×Menaces)  
- Scoring priorités (impact × urgence)

[F - FORMAT]  
Analyse SWOT : [Entreprise/Produit]

**\*\*CONTEXTE STRATÉGIQUE\*\***  
[Résumé 3 phrases : où on est, ce qu'on analyse, pourquoi maintenant]

**\*\*1. FORCES (Internal Strengths)\*\***  
✓ [Force 1 : description + preuve/exemple]  
✓ [Force 2]  
✓ [Force 3]  
✓ [Force 4-5]

\*Synthèse :\* [1 phrase sur avantage concurrentiel principal]

**\*\*2. FAIBLESSES (Internal Weaknesses)\*\***  
✗ [Faiblesse 1 : description + impact]  
✗ [Faiblesse 2]  
✗ [Faiblesse 3]  
✗ [Faiblesse 4-5]

\*Synthèse :\* [1 phrase sur vulnérabilité principale]

**\*\*3. OPPORTUNITÉS (External Opportunities)\*\***  
🚀 [Opportunité 1 : tendance marché + potentiel]  
🚀 [Opportunité 2]  
🚀 [Opportunité 3]  
🚀 [Opportunité 4-5]

\*Synthèse :\* [1 phrase sur meilleure fenêtre d'action]

**\*\*4. MENACES (External Threats)\*\***  
⚠ [Menace 1 : risque + probabilité + impact]  
⚠ [Menace 2]  
⚠ [Menace 3]  
⚠ [Menace 4-5]

\*Synthèse :\* [1 phrase sur risque majeur à mitiger]

**\*\*MATRICE CROISÉE (Stratégies)\*\***

**\*\*Forces × Opportunités (Croissance)\*\***  
- [Force X] + [Opportunité Y] = [Stratégie offensive 1]  
- [...]

**\*\*Forces × Menaces (Défense)\*\***  
- [Force X] + [Menace Y] = [Stratégie défensive 1]  
- [...]

**\*\*Faiblesses × Opportunités (Développement)\*\***  
- Corriger [Faiblesse X] pour saisir [Opportunité Y] = [Stratégie développement]  
- [...]

**\*\*Faiblesses × Menaces (Survie/Pivot)\*\***  
- [Faiblesse X] + [Menace Y] = [Risque critique → Action urgente]  
- [...]

**\*\*TOP 3 ACTIONS PRIORITAIRES (Scoring Impact×Urgence)\*\***

1. **\*\*[Action 1]\*\*** (Score : [X]/10)  
- Quoi : [Description précise]  
- Pourquoi : [Lien SWOT : quelle opportunité/menace]  
- Comment : [Première étape concrète]  
- Quand : [Deadline]

2. [Action 2]  
[...]

3. [Action 3]  
[...]

**\*\*Contraintes\*\***  
- Longueur : 500-600 mots  
- Minimum 4 points par quadrant (16 total)  
- Preuves/données pour chaque point (pas d'affirmations vagues)  
- Actions finales = directement liées à l'analyse (pas de généralités)

✗ **INTERDICTIONS :**  
- Faiblesses euphémisées (Nous pourrions améliorer...)  
- Opportunités floues (Croissance du marché sans chiffre)  
- Actions non-actionnables (Réfléchir à, Etudier)

## Personnalisation :

Adaptez profondeur selon maturité entreprise (startup vs scale-up)

Ajoutez section Scénarios si environnement très incertain





# Template 17 : Audit concurrent (3 concurrents, 400 mots)

## PROMPT

"[C - CONTEXTE]  
J'analyse [3 concurrents directs] sur [marché/niche] pour identifier leurs forces/faiblesses et trouver des angles de différenciation. Mon objectif : définir mon positionnement unique et mes axes d'attaque marketing.

Concurrents à analyser :  
1. [Nom concurrent 1] - [URL]  
2. [Nom concurrent 2] - [URL]  
3. [Nom concurrent 3] - [URL]

Critères d'analyse :  
- [Critère 1 : ex pricing]  
- [Critère 2 : ex positionnement]  
- [Critère 3 : ex canaux acquisition]  
[...]

[P - PERSONA]  
Tu es analyste concurrentiel avec expertise en [secteur]. Tu décortiques stratégies produit, marketing, tarification pour identifier opportunités de différenciation.

[T - TÂCHE]  
Ton rôle : Auditer les 3 concurrents selon les critères définis. Identifier :  
1. Ce qu'ils font bien (à copier/s'inspirer)  
2. Ce qu'ils font mal (angles d'attaque)  
3. Ce qu'ils ne font pas (espaces vides = opportunités)

Méthode :  
- Analyse multicritères (tableau comparatif)  
- Scoring par critère (/5)  
- Identification gaps = opportunités positionnement

[F - FORMAT]  
Audit concurrent : [Marché/Niche]

**\*\*CONCURRENTS ANALYSÉS :\*\***  
1. [Concurrent 1] - [Positionnement 1 phrase]  
2. [Concurrent 2] - [Positionnement 1 phrase]  
3. [Concurrent 3] - [Positionnement 1 phrase]

**\*\*TABLEAU COMPARATIF :\*\***

Critère	Concurrent 1	Concurrent 2	Concurrent 3	Score moyen	Mon opportunité
**Pricing**	[Prix + modèle]	[Prix]	[Prix]	[/5]	[Angle : moins cher / premium / freemium...]
**Positionnement**	[USP]	[USP]	[USP]	[/5]	[Angle différenciant]
**Canaux acquisition**	[Liste]	[Liste]	[Liste]	[/5]	[Canal sous-exploité]
**Expérience produit**	[Force/Faiblesse]	[...]	[...]	[/5]	[Amélioration possible]
**Contenu marketing**	[Type/Fréquence]	[...]	[...]	[/5]	[Format absent]
**Support client**	[Niveau]	[...]	[...]	[/5]	[Différenciation service]

**\*\*SYNTHÈSE PAR CONCURRENT :\*\***

**\*\*[Concurrent 1] :\*\***  
- 🟢 Forces : [2-3 points]  
- 🟡 Faiblesses : [2-3 points]  
- 🟠 Opportunité : [Ce que tu peux faire mieux]

**\*\*[Concurrent 2] :\*\***  
[...]

**\*\*[Concurrent 3] :\*\***  
[...]

**\*\*GAPS IDENTIFIÉS (Espaces vides = opportunités) :\*\***  
1. [Gap 1] : Aucun concurrent ne [X]. Opportunité de [Y].  
2. [Gap 2] : [...]  
3. [Gap 3] : [...]

**\*\*RECOMMANDATIONS POSITIONNEMENT :\*\***

**\*\*Axes de différenciation prioritaires :\*\***  
1. **\*\*[Axe 1]\*\*** : [Description]  
- Pourquoi ça marche : [Lien avec faiblesse concurrents]  
- Comment l'activer : [Première action]

2. [Axe 2]  
[...]

**\*\*Stratégie d'attaque (quick wins) :\*\***  
- Court terme (30j) : [Action exploitant gap immédiat]  
- Moyen terme (90j) : [Différenciation produit/service]  
- Long terme (6-12m) : [Positionnement autorité]

**\*\*Contraintes :\*\***  
- Longueur : 400-500 mots  
- Analyse factuelle (pas d'opinions sans preuves)  
- Scoring justifié par critères objectifs  
- Opportunités = actionnables (pas être meilleur)

❌ **INTERDICTIONS :**  
- Dénigrer concurrents (Ils sont nuls)  
- Scorer sans justification  
- Opportunités floues (Se différencier)

"

## Personnalisation :

**Adaptez critères selon secteur (SaaS ≠ e-commerce ≠ services)**

**Ajoutez Présence réseaux sociaux ou SEO si pertinent**

# Template 18 : Plan 30-60-90 jours (nouveau projet/poste)

## PROMPT

```
[C - CONTEXTE]
Je [lance un projet / prends un nouveau poste / démarre une activité] : [description]. Point de départ : [situation actuelle]. Mon objectif à 90 jours : [résultat mesurable].

Ressources :
- Budget : [X]
- Equipe : [Y personnes / solo]
- Outils : [Liste si applicable]
- Contraintes : [Délais, dépendances]

[P - PERSONA]
Tu es consultant en stratégie opérationnelle. Tu structures des plans d'action 30-60-90 jours pour [type de projets]. Tu maîtrises la priorisation et la définition de métriques de succès.

[T - TÂCHE]
Ton rôle : Créer un plan 30-60-90 jours avec :
1. Objectifs SMART par phase
2. Actions prioritaires (focus vs nice-to-have)
3. Métriques de succès mesurables
4. Risques anticipés et plans B

Méthode :
- Phase 1 (30j) : Apprentissage + bases
- Phase 2 (60j) : Optimisation + montée en puissance
- Phase 3 (90j) : Scale + résultats mesurables

[F - FORMAT]
Plan 30-60-90 jours : [Projet/Poste]

**VISION 90 JOURS **
[1 phrase : où je veux être à J+90, résultat mesurable]

**MÉTRIQUES GLOBALES DE SUCCÈS **
- [Métrique 1] : [Valeur actuelle] → [Cible J+90]
- [Métrique 2] : [...]
- [Métrique 3] : [...]

---

**PHASE 1 : JOURS 1-30 (Fondations)**

**Objectif principal **
[1 phrase : ce que j'apprends/construis/valide]

**Actions prioritaires **
| Semaine | Action | Livrable | Responsable | Deadline |
|-----|-----|-----|-----|-----|
| S1 | [Action 1] | [Résultat attendu] | [Nom] | [JJ/MM] |
| S1 | [Action 2] | [...] | [...] | [...] |
| S2 | [Action 3] | [...] | [...] | [...] |
| S3-4 | [Action 4] | [...] | [...] | [...] |

**Métriques de succès J+30 **
✅ [Métrique 1] = [Valeur cible]
✅ [Métrique 2] = [...]

**Risques phase 1 **
⚠️ [Risque 1] → Mitigation : [Plan B]
⚠️ [Risque 2] → [...]

---

**PHASE 2 : JOURS 31-60 (Optimisation)**

**Objectif principal **
[1 phrase : ce que j'optimise/teste/améliore]

**Actions prioritaires **
| Semaine | Action | Livrable | Responsable | Deadline |
|-----|-----|-----|-----|-----|
| S5 | [Action basée sur learnings phase 1] | [...] | [...] | [...] |
| S6 | [...] | [...] | [...] | [...] |
| S7-8 | [...] | [...] | [...] | [...] |

**Métriques de succès J+60 **
✅ [Métrique 1] = [Valeur cible]
✅ [Métrique 2] = [...]

**Risques phase 2 **
⚠️ [Risque] → Mitigation : [...]

---

**PHASE 3 : JOURS 61-90 (Scale)**

**Objectif principal **
[1 phrase : ce que je scale/lance/finalise]

**Actions prioritaires **
| Semaine | Action | Livrable | Responsable | Deadline |
|-----|-----|-----|-----|-----|
| S9 | [Action scale] | [...] | [...] | [...] |
| S10-11 | [...] | [...] | [...] | [...] |
| S12 | [Bilan + ajustements] | [...] | [...] | [...] |

**Métriques de succès J+90 **
✅ [Métrique 1] = [Valeur cible finale]
✅ [Métrique 2] = [...]

**Risques phase 3 **
⚠️ [Risque] → Mitigation : [...]

---

**BILAN & PROCHAINES ÉTAPES (prévu J+90) **
- [ ] Mesurer écart métriques cibles vs réelles
- [ ] Identifier 3 apprentissages clés
- [ ] Définir plan J+120 basé sur résultats

**Contraintes **
- Objectifs SMART obligatoires (Spécifique, Mesurable, Assigné, Réaliste, Temporisé)
- Métriques chiffrées (pas améliorer, mais +20%)
- Plan B pour chaque risque majeur
- Actions = verbes d'action précis

❌ INTERDICTIONS :
- Objectifs flous (Mieux comprendre, Progresser)
- Surcharge (>5 actions prioritaires par phase = dilution)
- Pas de métriques = pas de plan valable
```

Personnalisation :  
Adaptez granularité selon complexité projet  
Pour un poste : Phase 1 = apprentissage entreprise/équipe

# **Template 19 à 21 : Formation/Pédagogi e**

# Template 19 : Tutoriel pas-à-pas (500 mots)

## PROMPT

[C - CONTEXTE]  
Je crée un tutoriel sur [compétence/outil/processus] pour [audience : niveau débutant/intermédiaire]. Mon objectif : permettre à [X]% de lecteurs de réussir [action] en suivant le guide.

Compétence enseignée :  
- [Description]  
- Prérequis : [Connaissances/outils nécessaires]  
- Résultat final : [Ce que l'apprenant saura faire]

[P - PERSONA]  
Tu es formateur et créateur de contenu pédagogique avec expertise en [domaine]. Tu maîtrises la vulgarisation et la structuration progressive (du simple au complexe).

[T - TÂCHE]  
Ton rôle : Créer un tutoriel qui guide l'apprenant étape par étape, en :  
1. Vérifiant les prérequis  
2. Décomposant en micro-étapes actionnables  
3. Anticipant les erreurs courantes  
4. Validant la compréhension à chaque étape


Méthode pédagogique :  
- 1 étape = 1 action claire  
- Screenshots/exemples à chaque étape  
- Validation (Vous devriez voir...)  
- Troubleshooting intégré

[F - FORMAT]  
Tutoriel : Comment [Action] en [X] étapes

**\*\*INTRODUCTION (50 mots) :\*\***  
- Ce que vous allez apprendre : [Bénéfice final]  
- Temps nécessaire : [X minutes]  
- Niveau : [Débutant/Intermédiaire]  
- Prérequis :  
  - [ ] [Prérequis 1]  
  - [ ] [Prérequis 2]

**\*\*ÉTAPE 1 : [Titre action]\*\***  
**\*Objectif :\* [Ce que cette étape accomplit]**

**\*\*Action :\*\***  
1. [Sous-étape 1 ultra-précise]  
2. [Sous-étape 2]  
3. [Sous-étape 3]

**\*\*Résultat attendu :\*\***  
 Vous devriez voir [description précise du résultat]

**\*\*Screenshot suggéré :\*\*** [Description de l'image à produire]

**\*\*⚠ Erreur fréquente :\*\***  
Si [problème], c'est parce que [cause]. Solution : [correction].

---

**\*\*ÉTAPE 2 : [Titre]\*\***  
[Même structure]


---

**\*\*ÉTAPE 3 : [...]\*\***  
[...]

---

**\*[Répéter pour chaque étape - 5-7 étapes idéal]\***

---

**\*\*VALIDATION FINALE :\*\***  
 Checklist de succès :  
- [ ] [Critère validation 1]  
- [ ] [Critère 2]  
- [ ] [Critère 3]

**\*\*Résultat final :\*\*** [Description du livrable obtenu]

**\*\*TROUBLESHOOTING :\*\***

**\*\*Problème 1 : [Description]\*\***  
Cause probable : [...]  
Solution : [...]

**\*\*Problème 2 : [...]\*\***  
[...]

**\*\*ALLER PLUS LOIN :\*\***  
Maintenant que vous maîtrisez [compétence], prochaines étapes :  
- [Action avancée 1]  
- [Ressource complémentaire]  
- [Tutoriel suivant suggéré]

**\*\*Contraintes :\*\***  
- Longueur : 500-700 mots  
- 1 étape = 1 action mesurable  
- Validation résultat OBLIGATOIRE à chaque étape  
- Troubleshooting = erreurs réelles (pas théoriques)  
- Ton : Pédagogue, encourageant, 2ème personne

**✗ INTERDICTIONS :**  
- Étapes vagues (Configurez l'outil sans préciser comment)  
- Jargon non-expliqué  
- Étapes >5 sous-actions (trop dense)  
- Absence de validation (lecteur perdu sans repère)

"

## Personnalisation :

Ajoutez vidéo si processus très visuel

Variez profondeur selon niveau audience

# Template 20 : Quiz de validation (10 questions)

## PROMPT

### [C - CONTEXTE]

Je crée un quiz pour valider la compréhension de [sujet/formation/article] par [audience]. Mon objectif : identifier les points mal compris et renforcer les apprentissages clés.

Contenu source :

- [Formation/Article dont le quiz vérifie la compréhension]
- Concepts clés à valider : [Liste 5-7 concepts]
- Niveau difficulté : [Débutant/Intermédiaire/Expert]

### [P - PERSONA]

Tu es concepteur pédagogique avec expertise en évaluation des apprentissages. Tu maîtrises la création de questions à choix multiples (QCM) qui testent vraiment la compréhension (pas juste la mémorisation).

### [T - TÂCHE]

Ton rôle : Créer un quiz de 10 questions qui :

1. Teste la compréhension profonde (application, pas récitation)
2. Varie les niveaux de difficulté (Bloom's Taxonomy : connaissance → analyse → application)
3. Fournit des feedbacks pédagogiques (pas juste correct/incorrect)
4. Identifie les zones de faiblesse pour révision ciblée

Méthode :

- 40% questions factuelles (mémorisation)
- 40% questions d'application (cas pratiques)
- 20% questions d'analyse (situations complexes)
- Distracteurs (mauvaises réponses) réalistes basés sur erreurs courantes

### [F - FORMAT]

Quiz : [Titre sujet]

**\*\*INTRODUCTION :\*\***

- Objectif quiz : Valider votre compréhension de [X]
- Nombre

# Template 21 : Fiche Mémo (Cheat Sheet)

## PROMPT

"Contexte : Je veux créer une fiche récapitulative sur [SUJET] pour mes clients/équipe.

Format : 1 page A4 max, facilement imprimable.

Tâche : Crée une fiche mémo ultra-synthétique et visuelle.

## STRUCTURE :

**\*\*TITRE : [Sujet] – L'Essentiel en 1 Page\*\***

**\*\*Définition Express\*\***

[2 phrases max pour définir le concept]

**\*\*LES 3 PRINCIPES CLÉS\*\***

❶ [Principe 1] → [Application concrète en 1 phrase]

❷ [Principe 2] → [Application concrète en 1 phrase]

❸ [Principe 3] → [Application concrète en 1 phrase]

**\*\*PROCESSUS EN 5 ÉTAPES\*\***

Étape 1 : [Action] → [Résultat]

Étape 2 : [Action] → [Résultat]

Étape 3 : [Action] → [Résultat]

Étape 4 : [Action] → [Résultat]

Étape 5 : [Action] → [Résultat]

**\*\*ERREURS À ÉVITER\*\***

✗ [Erreur 1]

✗ [Erreur 2]

✗ [Erreur 3]

**\*\*BONNES PRATIQUES\*\***

✓ [Bonne pratique 1]

✓ [Bonne pratique 2]

✓ [Bonne pratique 3]

**\*\*RESSOURCES POUR ALLER PLUS LOIN\*\***

- [Ressource 1]

- [Ressource 2]

Contraintes :

- Maximum 300 mots total

- Bullet points, pas de paragraphes

- Emojis/icônes pour clarté visuelle

- Police lisible même imprimée en petit"