

Pack Outils de Communication – Introduction

Ce pack regroupe **trois outils essentiels** réunis dans un seul fichier Excel pour vous aider à organiser, suivre et optimiser vos actions de communication.

Il a été conçu pour être **simple à prendre en main, rapide à utiliser** et **adaptable** à tous les secteurs d'activité.

1. Planning de Contenu

Un calendrier éditorial prêt à l'emploi pour planifier vos publications sur vos différents canaux (réseaux sociaux, blog, newsletter...).

Vous pourrez définir vos thèmes, formats et canaux, suivre l'avancement et noter toutes les informations utiles.

Objectif : maintenir une présence régulière et cohérente, tout en gagnant du temps.

2. Suivi des Prospects

Un tableau de suivi structuré pour centraliser toutes les informations liées à vos contacts commerciaux.

Vous saurez à tout moment qui contacter, quand relancer, et où en est chaque opportunité.

Objectif : ne laisser passer aucune opportunité et améliorer votre efficacité commerciale.

3. Indicateurs (KPI)

Un tableau simple pour mesurer l'impact de vos actions à travers des indicateurs clés : prises de contact, relances effectuées, taux de réponse, taux de conversion et régularité de publication.

Objectif : suivre vos performances, identifier ce qui fonctionne et ajuster votre stratégie.

Guide d'utilisation - Planning de contenu

Ce guide explique comment utiliser efficacement l'onglet 'Planning Contenu' du fichier Excel fourni. L'objectif est de vous aider à organiser vos publications mensuelles sur vos différents canaux de communication, tout en gardant un suivi clair et simple.

1. Structure du tableau

Le planning est présenté sous forme de tableau avec plusieurs colonnes :

- Date – la date prévue de publication.
- Thème / Sujet – l'idée ou le thème principal du contenu.
- Type de contenu – par exemple : article, vidéo, infographie, post LinkedIn.
- Canal de diffusion – le support où sera publié le contenu (Facebook, site web, newsletter...).
- Statut – l'avancement de la tâche (Prévu, En cours, Publié).
- Notes – pour ajouter des détails, liens vers des brouillons ou instructions spécifiques.

2. Comment remplir le planning

1. Choisissez vos dates de publication en fonction de votre stratégie de communication.
2. Définissez un thème clair pour chaque date afin de rester cohérent.
3. Sélectionnez le type de contenu adapté à l'objectif (informer, vendre, fidéliser).
4. Indiquez le canal de diffusion prévu pour chaque publication.
5. Mettez à jour la colonne 'Statut' au fur et à mesure de l'avancement.
6. Utilisez la colonne 'Notes' pour garder toutes les informations utiles au même endroit.

3. Bonnes pratiques

- Planifiez au moins un mois à l'avance pour anticiper les besoins en création de contenu.
- Équilibrez vos types de contenu (texte, visuel, vidéo) pour maintenir l'intérêt.
- Prévoyez des contenus réutilisables ou adaptables pour gagner du temps.
- Utilisez des codes couleur pour différencier les types de contenus ou leur statut.
- Revérifiez votre planning chaque semaine pour ajuster si nécessaire.

4. Exemple d'utilisation

Exemple :

Date : 15/09/2025

Thème / Sujet : Lancement nouvelle offre

Type de contenu : Vidéo promotionnelle

Canal de diffusion : LinkedIn, Facebook

Statut : En cours

Notes : Lien vers le script et le fichier vidéo dans Google Drive

Conclusion

En utilisant régulièrement ce planning, vous gagnerez en régularité, en visibilité et en sérénité. L'essentiel est de l'adapter à vos besoins et de le mettre à jour régulièrement.

Guide d'utilisation - Suivi des prospects

Ce guide vous explique comment utiliser efficacement l'onglet 'Suivi Prospects' du fichier Excel fourni. L'objectif est de vous aider à garder une trace claire de vos contacts et prospects, afin de ne manquer aucune opportunité commerciale.

1. Structure du tableau

Le tableau est organisé avec les colonnes suivantes :

- Nom – le nom complet du contact ou prospect.
- Entreprise – le nom de l'entreprise associée.
- Email – l'adresse email pour la communication.
- Téléphone – le numéro de téléphone du contact.
- Statut – l'état de la relation (Nouveau, Contacté, Relancé, Gagné, Perdu).
- Date dernier contact – pour savoir quand vous avez échangé pour la dernière fois.
- Prochaine action – l'étape à réaliser (relance, envoi d'info, rendez-vous).
- Notes – pour garder des détails, remarques ou historique d'échanges.

2. Comment remplir le tableau

1. Ajoutez chaque nouveau prospect dès que vous obtenez ses coordonnées.
2. Complétez toutes les colonnes disponibles pour un meilleur suivi.
3. Mettez à jour le 'Statut' après chaque interaction.
4. Notez la date du dernier contact pour planifier vos relances.
5. Inscrivez la 'Prochaine action' afin de ne rien oublier.
6. Utilisez la colonne 'Notes' pour garder une trace d'informations importantes.

3. Bonnes pratiques

- Mettez à jour le tableau après chaque contact pour éviter les oublis.
- Utilisez des filtres pour retrouver rapidement un prospect par statut ou date.
- Codez les statuts par couleur pour visualiser facilement la progression.
- Planifiez des sessions hebdomadaires pour faire vos relances en bloc.
- Conservez un historique précis des échanges pour personnaliser vos relances.

4. Exemple d'utilisation

Exemple :

Nom : Marie Dupont

Entreprise : ABC Consulting

Email : marie.dupont@abcconsulting.fr

Téléphone : 06 12 34 56 78

Statut : Relancé

Date dernier contact : 10/09/2025

Prochaine action : Appeler pour confirmer le rendez-vous

Notes : Rencontre lors du salon B2B Lyon 2025, intéressée par la formation Excel

Conclusion

Le suivi des prospects est un outil essentiel pour transformer vos contacts en clients. Plus vous l'utilisez régulièrement, plus vos actions seront efficaces et ciblées.

Guide d'utilisation – Suivi des indicateurs (KPI)

Ce guide vous explique comment utiliser l'onglet 'Guide – Indicateurs' du fichier Excel fourni. L'objectif est de suivre et analyser vos indicateurs clés de performance (KPI) pour évaluer l'efficacité de vos actions de communication.

1. Structure du tableau

Le tableau est organisé par semaine et comprend les colonnes suivantes :

- Semaine – période d'analyse (ex : Semaine 1, Semaine 2...).
- Prises de contact – nombre de nouveaux contacts établis.
- Relances effectuées – nombre total de suivis ou rappels réalisés.
- Taux de réponse (%) – proportion de réponses reçues par rapport aux messages envoyés.
- Taux de conversion (%) – pourcentage de contacts transformés en opportunités concrètes.
- Régularité de publication (%) – part des publications réellement diffusées par rapport à ce qui était prévu.

2. Comment remplir le tableau

1. À la fin de chaque semaine, comptabilisez les prises de contact et les relances.
2. Calculez le taux de réponse : $(\text{réponses reçues} \div \text{messages envoyés}) \times 100$.
3. Calculez le taux de conversion : $(\text{opportunités créées} \div \text{contacts}) \times 100$.
4. Calculez la régularité de publication : $(\text{publications réalisées} \div \text{publications prévues}) \times 100$.
5. Notez ces valeurs dans le tableau pour garder un suivi historique.

3. Bonnes pratiques

- Remplissez le tableau chaque semaine pour éviter les oublis et disposer d'une vision claire.
- Utilisez un code couleur pour visualiser rapidement la performance : ● Bon, ● À surveiller, ● À améliorer.
- Analysez vos résultats sur plusieurs semaines pour identifier les tendances.
- Si un indicateur est faible, identifiez la cause et ajustez vos actions.
- Fixez-vous des objectifs réalistes pour chaque KPI afin de mesurer vos progrès.

4. Exemple d'utilisation

Exemple :

Semaine : Semaine 3

Prises de contact : 15

Relances effectuées : 8

Taux de réponse (%) : 53,3

Taux de conversion (%) : 20

Régularité de publication (%) : 85

Conclusion

Le suivi régulier de vos KPI vous permet de piloter vos actions de communication avec précision et de concentrer vos efforts sur ce qui fonctionne le mieux.