

200+ prompts pour transformer LinkedIn en machine à clients

200+ prompts Claude classés en 7 catégories pour générer des idées de contenu ICP, écrire des hooks qui stoppent le scroll, construire des séquences DM qui closent, et faire venir les prospects à toi.

BLYX-AGENCY.COM · 4 MAI 2026

 **GUIDE COMPLET : Claude × LinkedIn Lead-Gen 2026** — par Pierre Cordelier.

200+ prompts Claude classés en 7 catégories pour transformer LinkedIn en source d'acquisition prévisible. Tous les prompts sont testés, copiables-collables, avec variables en [CROCHETS] à remplacer.

Comment utiliser ce guide

Le système en 3 couches :

1. **Profil** (catégorie 6) — la base. Si ton profil ne convertit pas, aucun post ne te ramènera de leads. Optimise-le AVANT de poster.
2. **Contenu** (catégories 1, 2, 3, 7) — la machine à attention. Idéation → hook → corps de post → preuve.
3. **Conversion** (catégories 4, 5) — la machine à RDV. Commentaires DM → qualification → call.



Conseil pratique : ne traite pas ce guide comme une checklist. Choisis 5 **Blyx** qui matchent ta situation actuelle, applique-les pendant 2 semaines, mesure, puis itère.

Les benchmarks LinkedIn 2026 à connaître avant de commencer

Les chiffres ci-dessous viennent d'analyses publiées en 2025-2026 (Buffer 4,8M posts, AuthoredUp, Hootsuite, Socialinsider, Postnitro). À garder en tête pour calibrer tes attentes :

Engagement par format (engagement rate moyen LinkedIn 2026 = 5,20%) :

Format	Engagement rate	Note
Document / carousel PDF	7,00%	Top format 2026 (+14% YoY)
Multi-image carousel	6,60%	
Native video	5,60%	5× plus que les autres
Single image	4,85%	
Polls	×1,64 reach multiplier	À doser
Texte seul	2-4%	Hook critique

Ce qui marche / ne marche plus :

- ✓ **Hashtags** : LinkedIn a désactivé les pages hashtag en octobre 2024. Sur 8 mois d'études (AuthoredUp), 0 impact reach. Maximum



0-3 si tu en mets, plus pour le SEO interne LinkedIn que pour le



- ✓ **Sweet spot longueur post** : 1200-1600 caractères (un post "deep" 1300 caractères bat un "hot take" 200 caractères en 2026).
- ✓ **Question directe dans le post** : +77,39% commentaires.
- ✓ **CTA spécifique de commenter** : +80,07% commentaires.
- ✓ **Réponse aux commentaires < 15 min** : +90% boost algo.
- ✓ **Posts/semaine** : 6-10/sem = +5001 impressions/post vs 1×/sem ; 11+/sem = +17000 impressions/post + 3× engagements ; **mais** 2+ posts/jour = -40% reach par post (sur-saturation perso).
- ✓ **Rotation de format** : +37% follower growth + 28% visibilité.
- ✓ **Best times** (Buffer 2026) : Wed 16h, Fri 15h-16h, late afternoon en général > heures de bureau.
- ✓ **Carrousels** : 8-12 slides sweet spot, slide 1 = 80% du combat.
- ✓ **Engagement pods** : morts en 2025, LinkedIn détecte les patterns non-organiques → shadowban risque.
- ✓ **Pages entreprises** : -60 à -66% reach 2024 → 2026. Personal branding > corporate.

Ce qui marche en DM 2026 :

- ✓ Reply rate moyen : 10,3% (vs 5,1% cold email).
- ✓ 1st-degree connections : jusqu'à **16,86%** reply rate.
- ✓ Combo "message + visite profil" : **11,87%** reply rate.
- ✓ Multichannel (LinkedIn + email) : **+287% replies** vs single chan



- ✓ Voice note 30-45 sec : +30 à 40% reply rate vs texte.



- ✓ Booking rate : ~0,8% cold ; **jusqu'à 25%** sur séquences optimisées avec micro-yes ladder.



- ✓ Cap LinkedIn : 20 connexions/jour, 80-100 messages/jour max.

Profil :

- ✓ Photo pro : **21× plus de profile views**, 9× plus de demandes de connexion.
- ✓ Headline optimisé : **+40% profile views**.
- ✓ Featured : **+30% profile views**.
- ✓ Profil complet : **27× plus discoverable**.
- ✓ Activité 3+ posts/sem : +40% visibilité.

Ces chiffres sont des **moyennes** — ton secteur, ton ICP et ta voix peuvent significativement les modifier. Mais ils donnent un cadre pour calibrer.

À savoir sur Claude :

- ✓ Tous les prompts marchent sur claude.ai (gratuit ou Pro) sauf mention contraire
- ✓ Pour les prompts longs (~50 lignes), Claude Pro/Max gère mieux le contexte
- ✓ Les [CROCHETS] = variables à remplacer par tes infos





Quand un prompt commence par "Avant de [...] interview-moi" —



Blyx

coup

la, Claude poser ses questions, ne lui balance pas tout d'un



1. Idéation de contenu — 30 prompts pour ne plus jamais sécher

L'erreur classique : poster ce qu'on a envie de partager. La bonne approche : poster ce que ton ICP cherche déjà à comprendre.

Les 4 sources d'idéation B2B :

- ✓ **Voice-of-customer** : ce que tes clients ont littéralement dit (mails, calls, testimonials)
- ✓ **Pain mining** : ce que ton ICP demande sur Reddit, G2, Capterra, forums
- ✓ **Jobs-to-be-Done** : la tâche que ton ICP cherche à accomplir, pas la solution
- ✓ **Hot takes** : tes opinions tranchées sur ton secteur

1.1 Voice-of-customer (5 prompts)

Prompt 1.1.1 — Extraction des douleurs depuis tes mails clients

J'ai exporté mes 30 derniers mails clients (collés ci-dessous). Sors-moi les 10 douleurs les plus citées, classées par fréquence, avec un verbatim exact pour chaque (entre guillemets, identique au texte original — pas de reformulation).

Format de sortie :



1. [Douleur] – cité X fois – verbatim : "..."



[COLLE TES MAILS ICI]



Prompt 1.1.2 – Mining d'un appel de discovery

Voici la transcription d'un call de discovery avec un prospect ICP (45 minutes, collée ci-dessous).

Identifie :

- Les 3 douleurs principales (verbatim)
- Les 3 objections principales (verbatim)
- Les mots qu'il utilise pour décrire son problème (lexique exact)
- Les solutions qu'il a déjà essayées et qui n'ont pas marché

[COLLE LA TRANSCRIPTION]

Prompt 1.1.3 – Décoder un témoignage

Voici un testimonial client (collé ci-dessous).

Décompose-le en :

- Situation AVANT (douleur initiale, en chiffres si possibles)
- Déclencheur (qu'est-ce qui l'a poussé à chercher une solution)
- Résultat APRÈS (en chiffres)
- Phrases utilisables comme hook LinkedIn (3 propositions)

[COLLE LE TESTIMONIAL]

Prompt 1.1.4 – 10 sujets depuis ta liste clients

J'ai [N] clients dans le secteur [SECTEUR] qui ont tous résolu le problème [PROBLÈME] avec mon offre [OFFRE].

Génère 10 sujets de posts LinkedIn qui :

- Partent d'une douleur que ces clients avaient avant
- Évitent de mentionner mon offre directement
- Donnent une mini-leçon utile (même si quelqu'un ne devient jamais client)
- Donnent envie au lecteur de commenter pour avoir plus



Prompt 1.1.5 — Réutiliser les FAQ commerciales

Voici les 20 questions les plus posées en avant-vente sur mon offre (collées ci-dessous).



Pour chaque question, propose 1 sujet de post LinkedIn qui :

- Répond à la question SANS pitcher mon offre
- Apporte une vraie valeur même à quelqu'un qui n'achètera pas
- Démontre mon expertise par la précision de la réponse

[COLLE LES QUESTIONS]

1.2 Pain mining sur Reddit, G2, forums (5 prompts)

Prompt 1.2.1 — Extraction Reddit

Voici 30 posts Reddit du subreddit r/[SUBREDDIT] sur le thème [THÈME] (collés ci-dessous, format : titre + corps + top 3 commentaires).

Sors-moi :

- Les 5 problèmes les plus fréquemment évoqués
- Pour chacun : 3 verbatims exacts (langage utilisé)
- Les solutions déjà essayées et critiquées
- Les mots magiques (qui reviennent dans plusieurs posts)

[COLLE LES POSTS]

Prompt 1.2.2 — Reviews G2 décodées

Voici 50 reviews G2 négatives (1-2 étoiles) sur des outils concurrents de mon offre [OFFRE] (collées ci-dessous).

Identifie :

- Les 5 frustrations principales
- Les 3 fonctionnalités manquantes les plus citées
- Le niveau de tolérance à la complexité (verbatim)
- 5 angles de post LinkedIn pour répondre à ces frustrations sans citer les concurrents



Prompt 1.2.3 — Forums secteur

Voici 30 questions posées sur [FORUM SECTEUR] dans les 30 derniers jours (collées ci-dessous).

Pour chaque :

- Reformule la vraie douleur sous-jacente
- Propose un angle de post qui répond
- Estime la fréquence de cette douleur (sur 10) chez mon ICP [DESCRIS TON ICP]

Prompt 1.2.4 — Comments LinkedIn concurrents

Voici 100 commentaires laissés sur les posts de mes 5 concurrents LinkedIn dans les 90 derniers jours (collés ci-dessous).

Sors-moi :

- Les 10 questions qui reviennent
- Les 5 critiques les plus fréquentes (sur les concurrents)
- Les 5 demandes implicites (ce que les gens cherchent vraiment)
- 10 idées de posts pour me positionner différemment

Prompt 1.2.5 — Quora décodé

Voici les 20 questions Quora les plus vues sur le thème [THÈME] dans les 12 derniers mois (collées ci-dessous).

Pour chaque, donne-moi :

- 1 angle de post LinkedIn original (qui n'a pas été dit dans les top réponses Quora)
- 1 hook contradictoire qui questionne la sagesse populaire
- 3 puces de contenu derrière

1.3 Jobs-to-be-Done (5 prompts)

Prompt 1.3.1 — Identifier le vrai job

Mon ICP : [DESCRIS-LE – secteur, taille, rôle].

Mon offre : [DESCRIS-LA EN 2 LIGNES].



Avant de générer du contenu, on va creuser le vrai "job" que mon ICP cherche à accomplir. Pose-moi 8 questions pour identifier :



- La motivation profonde (pas la solution)
- Les forces qui poussent au changement
- Les forces qui freinent
- Les critères de succès

Une question à la fois. Quand tu as tout, formule le job en 1 phrase au format "Quand [situation], je veux [motivation], pour [résultat]".

Prompt 1.3.2 — 10 sujets depuis le JTBD

Mon JTBD identifié : "[COLLE LE JTBD]"

Génère 10 sujets de posts qui :

- Adressent le vrai job (pas la solution)
- Aident l'ICP à mieux comprendre sa propre situation
- Montrent que je COMPRENDS sa réalité avant de pitcher
- Restent utiles même pour quelqu'un qui ne va pas acheter

Prompt 1.3.3 — Forces de progression (Bob Moesta)

Pour mon ICP [ICP], applique le framework "4 forces of progress" de Bob Moesta :

1. PUSH : qu'est-ce qui le pousse à chercher une solution ?
2. PULL : qu'est-ce qui l'attire vers ma solution ?
3. INERTIE : qu'est-ce qui le retient sur sa situation actuelle ?
4. ANXIÉTÉ : qu'est-ce qui le freine dans le passage à l'action ?

Pour chaque force, donne 3 exemples concrets et 2 angles de post LinkedIn qui adressent cette force.

Prompt 1.3.4 — Switch interview reformulée

Tu es un client qui a basculé de [SOLUTION A] à mon offre [OFFRE]. Joue le rôle.



Je vais te poser 6 questions style "switch interview" Bob Moesta :

1. Quand as-tu réalisé pour la première fois que tu avais besoin d'une nouvelle solution ?



2. Qu'est-ce qui a déclenché ta recherche active ?

3. Quelles solutions as-tu envisagées ?

4. Qu'est-ce qui t'a fait choisir [OFFRE] ?

5. Qu'est-ce qui aurait pu te faire choisir un concurrent ?

6. Qu'est-ce que tu aurais voulu savoir avant de signer ?

Pour rendre tes réponses crédibles, base-toi sur cette persona :
[COLLE TA FICHE PERSONA]

Prompt 1.3.5 — Idéation par étape de maturité

Mon ICP : [ICP].

Mes 5 niveaux de maturité (Eugene Schwartz) :

1. Inconscient du problème
2. Conscient du problème
3. Conscient de la solution
4. Conscient de mon offre
5. Convaincu

Pour chaque niveau, génère 5 sujets de posts LinkedIn qui :

- Parlent SEULEMENT à ce niveau
- Le font progresser au niveau suivant
- Évitent de pitcher si le niveau est inférieur à 3

Total : 25 sujets organisés par niveau.

1.4 Hot takes et opinions tranchées (5 prompts)

Prompt 1.4.1 — 10 hot takes sectoriels

Mon secteur : [SECTEUR].

Ma posture : [DÉCRIS TA VISION CONTRARIANT – ex : "le SEO classique est mort pour les SaaS B2B"].

Génère 10 hot takes sur mon secteur qui :

- Vont à contre-courant de la sagesse populaire
- Sont DÉFENDABLES avec des arguments concrets



- Provoquent un débat (50% d'accord, 50% en désaccord)

- Évitent les piques personnelles ou la disqualification d'autres



Prompt 1.4.2 — Mythe-buster

Mon ICP : [ICP].

Liste 10 croyances erronées que mon ICP a tendance à avoir sur [THÈME]. Pour chaque :

- Énonce la croyance
- Donne la réalité (chiffres si possible)
- Propose un hook de post qui démonte la croyance
- Anticipe l'objection principale du défenseur de la croyance

Prompt 1.4.3 — Anti-conseil

Sur le thème [THÈME], génère 10 "anti-conseils" – des conseils contraires à ce qu'on lit partout, mais qui marchent dans la vraie vie. Format :

Conseil populaire : "..."

Mon anti-conseil : "..."

Pourquoi ça marche : "..."

Hook de post : "..."

Prompt 1.4.4 — Apprentissages d'échec

J'ai vécu cette galère professionnelle : [DÉCRIS-LA – projet raté, client perdu, pivot, etc.].

Sors-moi 10 leçons concrètes de cette expérience, formatées chacune comme un mini-post LinkedIn :

- Hook (1 ligne, accroche émotionnelle)
- Contexte (3 lignes max)
- Leçon (1 phrase claire)
- Application pratique pour mon ICP

Évite les leçons clichées ("il faut persévérer"). Vise du concret.



Prompt 1.4.5 — Predictions

Mon secteur : [SECTEUR].

Date : [DATE D'AUJOURD'HUI].



Génère 5 prédictions à 12 mois sur mon secteur, avec pour chacune

- La prédiction (en 1 phrase)
- 3 signaux faibles qui la supportent (sources réelles)
- Pourquoi 90% des gens ne la voient pas venir
- Comment mon ICP devrait s'y préparer dès maintenant

Prompt 1.4.6 — Spiky Point of View (Wes Kao / Welsh)

Mon secteur : [SECTEUR].

Mon expertise : [EXPERTISE].

Mes 3 opinions tranchées (à valider) : [LISTE].

Pour chaque opinion, applique le framework "Spiky Point of View" (Wes Kao) :

- Reformule en thèse claire, défendable, contrarian
- Donne 3 arguments factuels qui la supportent
- Anticipe les 3 objections principales et leurs réponses
- Vérifie qu'elle est ICP-specific (pas un truc universel)
- Note "audace" /10 (1 = consensus, 10 = très polarisant)

Filtre final : ne garde que les POV qui passent le test "backed-by-unique-expertise" (je peux la défendre parce que je l'ai vécue, pas parce que je l'ai lue ailleurs).

1.5 Content pillars et calendrier éditorial (5 prompts)

Prompt 1.5.1 — Définir 5 piliers

Mon offre : [OFFRE].

Mon ICP : [ICP].

Mon expertise principale : [EXPERTISE].

Définis 5 piliers de contenu qui :

- Couvrent tout mon territoire d'expertise



- N'ont pas de chevauchement (chaque pilier = 1 angle distinct)
- Permettent de produire ~20 posts par pilier sans redite
- Adressent chacun un niveau de maturité différent



Pour chaque pilier : titre + sous-titre + 3 exemples de sujets.

Prompt 1.5.2 — Plan éditorial 30 jours

Mes 5 piliers : [LISTE].

Fréquence : [3 / 5 / 7] posts par semaine.

Audience cible : [ICP].

Génère un plan éditorial sur 30 jours avec :

- 1 post par jour (format : sujet + pilier + format suggéré + niveau de maturité visé)
- Rotation équilibrée des 5 piliers
- Mix de formats (texte court, texte long, carrousel, story)
- Posts "tentpole" (3-4 plus ambitieux dans le mois)

Prompt 1.5.3 — Recyclage atomique

Voici un de mes posts qui a fait [X] commentaires (collé ci-dessous).

Décompose-le en 10 micro-posts dérivés :

- 3 angles différents sur le même sujet
- 2 zooms sur des points spécifiques du post
- 2 contre-arguments (jouer l'avocat du diable)
- 2 case-studies dérivées
- 1 carrousel synthèse

[COLLE LE POST]

Prompt 1.5.4 — Audit content gap

Mes 30 derniers posts : [COLLE-LES OU UPLOAD UN CSV].

Mon ICP : [ICP].

Mes 5 piliers : [LISTE].

Audit :

- Quel pilier est sur-représenté ?



- Quel pilier est sous-représenté ?



- Quels sujets reviennent trop souvent (proposer alternatives) ?

- Quels formats marchent le mieux pour MOI (regarde l'engagement) ?

- 10 sujets pour combler les gaps détectés

Prompt 1.5.5 — Détection de tendances

Voici les 50 posts les plus engageants de mon secteur sur les 30 derniers jours (collés ci-dessous, avec stats).

Identifie :

- 3 tendances de format (ce qui marche en ce moment)
- 5 sujets chauds que je peux reprendre avec mon angle
- 3 angles morts (sujets qui ne sont pas couverts)
- Pour chaque sujet chaud, mon angle distinctif

[COLLE LES POSTS]

1.6 Génération multi-formats (5 prompts)

Prompt 1.6.1 — Sujets pour carrousel

Mon ICP : [ICP].

Mon expertise : [EXPERTISE].

Donne-moi 10 sujets parfaits pour un carrousel LinkedIn (8-12 slides) :

- Sujets qui se prêtent au step-by-step
- Avec une promesse claire dans le titre
- Qui apportent une valeur autonome (sans avoir besoin de cliquer sur un lien externe)
- Qui invitent à la sauvegarde

Pour chaque : titre + outline 8 slides + preview slide 1.

Prompt 1.6.2 — Sujets pour vidéo courte



Mon expertise : [EXPERTISE].



Donne-moi 10 sujets pour des vidéos courtes (60-90 sec) :



- Qui peuvent être tournées sans script écrit, juste avec un outline mental
- Avec un hook visuel ou textuel fort dans les 3 premières secondes
- Avec une révélation/punchline à la fin
- Qui restent utiles même en muet (à sous-titrer)

Prompt 1.6.3 — Sujets pour post long

Mon ICP : [ICP].

Sujet : [SUJET].

Génère 5 angles pour un post long (1500-2500 caractères) qui :

- Raconte une vraie histoire (situation → conflit → résolution)
- Utilise une structure narrative (pas une liste à puces déguisée)
- Garde le lecteur engagé jusqu'à la fin
- Termine par une question/réflexion (pas un CTA classique)

Prompt 1.6.4 — Post "à la James Clear"

Sujet : [SUJET].

Mon ICP : [ICP].

Écris-moi un post court "à la James Clear" :

- Ouverture par une phrase ultra-dense (1 idée forte)
- 3 ou 5 sous-points qui développent (chaque ligne = 1 idée)
- Une phrase finale qui résume tout
- Total : moins de 600 caractères
- Sans emoji, sans hashtag, sans CTA classique

Prompt 1.6.5 — Post "à la Justin Welsh"

Sujet : [SUJET].

Mon ICP : [ICP].

Écris un post au format Justin Welsh :

- Hook contre-intuitif (1 ligne)
- 5-7 lignes courtes (1 ligne = 1 phrase, beaucoup de blanc)



- Liste structurée (bullets concrets, pas génériques)
- Phrase de transition vers la valeur principale
- Closing light (pas de "j'espère que ça t'a aidé")
- CTA optionnel à la fin (1 ligne max)



2. Hooks qui stoppent le scroll — 40 prompts par framework

Le hook = les 1-3 premières lignes visibles avant le "voir plus". 80% du succès du post se joue ici. Sur LinkedIn 2026, les hooks les plus performants partagent 3 traits : **spécificité chiffrée, promesse contre-intuitive, émotion.**

Les 10 frameworks de hooks qui marchent en 2026 : 4U, AIDA, BAB, PAS, Curiosity Gap, Specific Number, Bold Claim, Question, Contradiction, Story.

2.1 Framework 4U (Useful, Urgent, Unique, Ultra-specific)

Un hook 4U coche les 4 cases : c'est utile, urgent, unique et ultra-spécifique.

Prompt 2.1.1 — Hook 4U générique

Sujet de mon post : [SUJET].

Mon ICP : [ICP].

Écris-moi 5 hooks au format 4U (Useful, Urgent, Unique, Ultra-specific). Chaque hook doit cocher les 4 cases en 1-2 lignes.

Format de sortie :

1. [Hook]

Useful : ce qu'il apprend



Urgent : pourquoi maintenant



Unique : pourquoi cet angle

Ultra-specific : quel chiffre/exemple précis



Prompt 2.1.2 — Audit 4U sur un hook existant

Voici un hook que j'ai écrit : "[COLLE TON HOOK]".

Audit-le sur les 4U :

- Useful (sur 10) – pourquoi ?
- Urgent (sur 10) – pourquoi ?
- Unique (sur 10) – pourquoi ?
- Ultra-specific (sur 10) – pourquoi ?

Score total /40. Puis propose 3 versions améliorées.

Prompt 2.1.3 — Variantes ultra-specific

Hook initial : "[COLLE]".

Régénère 5 variantes en jouant uniquement sur l'axe Ultra-specific

- Variante 1 : ajoute un chiffre exact
- Variante 2 : ajoute un délai temporel précis
- Variante 3 : ajoute un contexte ICP ultra-précis
- Variante 4 : ajoute un comparatif chiffré
- Variante 5 : ajoute un détail sensoriel

Prompt 2.1.4 — Hook 4U pour ICP-filter

Mon ICP : [ICP – ex : "DAF de PME industrielles 50-500 salariés"].

Sujet : [SUJET].

Écris 5 hooks 4U qui filtrent l'audience : seul mon ICP pivot doit cliquer sur "voir plus". Les autres doivent passer.

L'ICP doit se reconnaître dans la 1ère ligne (mention contexte ou rôle). Les non-ICP doivent zapper.



2.2 Framework BAB (Before, After, Bridge)

BAB = Before (situation actuelle douloureuse) → After (situation rêvée)

–  **Blyx** la méthode/insight pour y aller).



Prompt 2.2.1 — Hook BAB classique

Sujet : [SUJET].

ICP : [ICP].

Écris 5 hooks au format Before-After-Bridge sur 2-3 lignes :

- Ligne 1 (Before) : la douleur actuelle, en mots de l'ICP
- Ligne 2 (After) : le résultat rêvé, en chiffres concrets
- Ligne 3 (Bridge) : la promesse de méthode (à développer dans le post)

Prompt 2.2.2 — BAB inversé

Sujet : [SUJET].

Écris 5 hooks BAB inversé : commence par AFTER (résultat incroyable), puis révèle qu'AVANT c'était la galère, puis annonce le BRIDGE.

Effet recherché : le lecteur veut savoir comment on est passé de A à B.

Prompt 2.2.3 — BAB temporalisé

Sujet : [SUJET].

Mon expérience : [EXPÉRIENCE – ex : "il y a 6 mois je galérais à trouver des clients"].

Écris 5 hooks BAB avec ancrage temporel précis :

- "Il y a [X] mois : [BEFORE]"
- "Aujourd'hui : [AFTER]"
- "Le truc qui a tout changé : [BRIDGE]"

Variante les durées (3 jours / 6 mois / 2 ans / 5 ans).

Prompt 2.2.4 — BAB en 1 ligne



Sujet : [SUJET].



Écris 5 hooks BAB en UNE seule ligne ultra-dense :



"Avant : X. Après : Y. Le déclic : Z."

Maximum 200 caractères par hook. Le lecteur doit comprendre toute l'histoire en 5 secondes.

2.3 Framework PAS (Problem, Agitate, Solution)

PAS = problème → agitation (rends-le pire) → solution (mon angle).

Prompt 2.3.1 — Hook PAS

Problème de mon ICP : [PROBLÈME].

Solution que je vais présenter dans le post : [SOLUTION].

Écris 5 hooks au format PAS sur 3 lignes :

- Ligne 1 (Problem) : le problème, formulé avec les mots de l'ICP
- Ligne 2 (Agitate) : la conséquence concrète (chiffres, scénario)
- Ligne 3 (Solution preview) : tease ma solution

Évite le ton alarmiste cliché ("vous perdez de l'argent !").
Reste factuel et concret.

Prompt 2.3.2 — PAS chirurgical

Sujet : [SUJET].

Écris 5 hooks PAS chirurgicaux : chaque ligne fait moins de 60 caractères, l'ensemble fait moins de 200 caractères.

Le but : un coup de scalpel, pas un essai. Le lecteur ressent le problème en 5 secondes.

Prompt 2.3.3 — PAS contre-intuitif

Sujet : [SUJET].



Écris 5 hooks PAS où l'agitation est contre-intuitive :

- Le problème semble bénin
- L'agitation révèle qu'il est plus grave qu'on ne le pense
- La solution est simple mais peu utilisée

Effet recherché : "tiens, je n'avais pas vu ça comme ça".

Prompt 2.3.4 — PAS pour décideur sceptique

Mon ICP : [DÉCIDEUR – ex : DAF, Directeur Achats].

Mon ICP est sceptique par défaut. Écris 5 hooks PAS qui :

- Énoncent un problème qu'il pense déjà avoir résolu
- Démontrent en 1 ligne qu'il l'a mal résolu
- Tease une solution mesurable (pas un concept flou)

Évite le langage marketing. Parle comme un pair, pas comme un vendeur.

2.4 Framework AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)

AIDA classique adapté LinkedIn : ouverture qui capte, développement qui intéresse, désir qui se construit, action en CTA.

Prompt 2.4.1 — Hook AIDA

Sujet : [SUJET].

ICP : [ICP].

Écris 5 hooks au format AIDA condensé en 3-4 lignes :

- A : phrase d'ouverture qui crée une rupture
- I : insight ou data point qui maintient l'attention
- D : promesse de bénéfice concret
- (A : reste implicite – sera explicit dans le CTA fin de post)

Prompt 2.4.2 — AIDA story-driven



Mon expérience pertinente : [EXPÉRIENCE].

Sujet : [SUJET].



Écris 5 hooks AIDA story-driven :

- A : ouverture sur un détail concret de ton expérience
- I : montée de tension (qu'est-ce qui s'est passé ?)
- D : tease la révélation
- (A : la suite du post = la révélation)

2.5 Curiosity Gap

L'écart entre ce que le lecteur sait et ce qu'il aimerait savoir. Bien dosé : ouvre une boucle. Mal dosé : clickbait.

Prompt 2.5.1 — Curiosity gap classique

Sujet : [SUJET].

Écris 5 hooks "curiosity gap" :

- Annoncent qu'il y a une info précieuse dans le post
- Sans révéler la nature exacte de l'info
- Avec une mini-justification de pourquoi tu as cette info (crédibilité)
- Sans verser dans le clickbait creux

Les hooks "vous ne croirez jamais" sont interdits.

Prompt 2.5.2 — Curiosity contre-intuitif

Sujet : [SUJET].

Sagesse populaire sur ce sujet : [WISDOM].

Écris 5 hooks qui ouvrent un curiosity gap basé sur une contradiction :

- Reformulent la sagesse populaire
- Annoncent qu'elle est fausse (sans dire pourquoi)
- Donnent un indice sur la vraie raison



Prompt 2.5.3 — Curiosity by reverse

Sujet : [SUJET].



Écris 5 hooks par "reverse" :

- "Les pros ne font PAS [X]. Ils font [Y]."
- "Arrête de [conseil populaire]. Fais [ton conseil]."
- "Le secret n'est pas [X]. C'est [Y]."

Garde la promesse vraie et défendable dans le post.

2.6 Specific Number

Les chiffres ultra-précis attirent. "3 248 prospects" > "des milliers de prospects".

Prompt 2.6.1 — Hook chiffré

Sujet : [SUJET].

Données vraies que j'ai : [LISTE TES CHIFFRES].

Écris 5 hooks qui démarrent par un chiffre ultra-précis (pas arrondi). Le chiffre doit être :

- Vrai (basé sur mes données réelles)
- Surprenant (contre-intuitif)
- Spécifique (8 247, pas 8 000)

Prompt 2.6.2 — Hook ratio

Sujet : [SUJET].

Ma data : [DATA].

Écris 5 hooks au format ratio :

- "X sur Y [observation surprenante]"
- "[X]% des [ICP] [comportement révélateur]"
- "1 [ICP] sur [N] fait [X]"

Les ratios doivent être issus de tes vraies données ou de sources publiques citables.



Prompt 2.6.3 — Hook progression

Sujet : [SUJET].



Écris 5 hooks qui montrent une progression chiffrée :

- "De [X] à [Y] en [DURÉE]"
- "[X] [unité]/[période] → [Y] [unité]/[période]"
- "+[X]% sur [métrique] en [DURÉE]"

Les chiffres doivent être réalistes et défendables si quelqu'un demande la preuve.

2.7 Bold Claim

Une affirmation tranchée qui force le lecteur à prendre position.

Prompt 2.7.1 — Hook bold claim

Sujet : [SUJET].

Ma vision : [VISION].

Écris 5 hooks "bold claim" :

- Affirmation forte, non nuancée
- Défendable avec des arguments solides (que tu vas développer dans le post)
- Provoque une réaction (pour ou contre)
- Évite la disqualification d'autres personnes/marques

Prompt 2.7.2 — Bold claim sectoriel

Mon secteur : [SECTEUR].

Écris 5 hooks bold claim qui défient une croyance dominante du secteur :

- "[Pratique populaire] est mort."
- "Personne ne devrait plus faire [X]."
- "[Métrique populaire] ne veut rien dire."



Pour chaque, l'argument central que tu vas développer
(pour vérifier que c'est défendable).



2.8 Question

Une vraie question (pas rhétorique) qui force l'introspection.

Prompt 2.8.1 — Hook question

Sujet : [SUJET].

ICP : [ICP].

Écris 5 hooks question qui :

- Posent une question que mon ICP se pose mais n'ose pas formuler
- Sont précises (pas "qu'est-ce que la productivité ?")
- Invitent à commenter pour partager une réponse
- Évitent les questions binaires oui/non

Prompt 2.8.2 — Question chirurgicale

Sujet : [SUJET].

Écris 5 hooks question chirurgicaux :

- Question de moins de 10 mots
- Qui touche un point sensible précis
- Suivie d'1 ligne qui justifie pourquoi tu poses cette question
- Suivie d'1 ligne qui annonce la valeur du post

Format final 3 lignes max.

2.9 Contradiction / Anti-hook

Une affirmation paradoxale qui crée un déclic cognitif.

Prompt 2.9.1 — Hook contradiction



Sujet : [SUJET].



Écris 5 hooks contradiction :

- "[X] et [Y] sont les deux vrais en même temps."
- "Plus tu fais [X], moins tu obtiens [Y]."
- "[Pratique courante] est aussi la cause de [problème]."

Chaque hook doit ouvrir une explication non-évidente que tu vas développer.

Prompt 2.9.2 — Hook paradoxe vécu

Mon expérience récente : [EXPÉRIENCE].

Écris 5 hooks qui partagent un paradoxe vécu :

- "Je [X] depuis [DURÉE], et pourtant [résultat inattendu]."
- "Plus je [X], moins je [Y]."
- "Le pire [X] m'a appris à [Y]."

Le post développe ensuite la résolution du paradoxe.

2.10 Story

Ouverture narrative directe — un personnage, un lieu, un moment.

Prompt 2.10.1 — Hook story

Mon expérience : [DÉCRIS].

Sujet : [SUJET].

Écris 5 hooks story :

- Démarrent in medias res (au milieu de l'action)
- Mentionnent un détail concret (lieu, personne, moment)
- Créent une question implicite (qu'est-ce qui se passe ?)
- 2-3 lignes max

Effet recherché : on lit la suite parce qu'on veut savoir  nt ça finit.

Prompt 2.10.2 — Hook dialogue

Sujet : [SUJET].

Personne avec qui j'ai eu une conversation pertinente : [QUI].



Écris 5 hooks qui démarrent par un dialogue :

- Une phrase entre guillemets (de l'autre personne)
- 1-2 lignes de contexte
- Une question/réflexion qui ouvre le post

Le dialogue doit révéler quelque chose de surprenant ou de contre-intuitif.

Prompt 2.10.3 — Hook scène concrète

Sujet : [SUJET].

Écris 5 hooks qui ouvrent sur une scène ultra-concrète :

- Lieu précis
- Heure ou moment précis
- Détail sensoriel
- Action en cours

Pas de "il était une fois". Démarre direct, comme un script de film.

2.11 Audit, A/B et amélioration de hooks (5 prompts)

Prompt 2.11.1 — Audit hook

Voici mon hook : "[COLLE]".

Audit en 5 dimensions :

- Spécificité (chiffres, détails) /10
- Émotion provoquée (curiosité, surprise, fierté, peur) /10
- Filtrage ICP (est-ce que mon ICP se reconnaît ?) /10
- Lisibilité mobile (est-ce qu'on lit en 3 secondes ?) /10
- Promesse (est-ce que la suite est claire ?) /10



Prompt 2.11.2 — A/B 5 versions

Hook initial : "[COLLE]".

Régénère 5 versions A/B en variant un seul levier à chaque fois :

- Version A : variante chiffres
- Version B : variante émotion
- Version C : variante format (question, claim, contradiction)
- Version D : variante longueur
- Version E : variante focus ICP

Annonce le levier varié pour chaque.

Prompt 2.11.3 — Hook → 3 niveaux d'agressivité

Hook initial : "[COLLE]".

Régénère 3 versions sur un curseur d'agressivité :

- Soft : nuancé, intro douce
- Medium : direct mais respectueux
- Hard : tranchant, opinion forte

Indique laquelle convient si l'ICP est plutôt prudent / pragmatique / early-adopter.

Prompt 2.11.4 — Hook adapté à mon ton

Mon ton de référence : [PARTAGE 3 DE TES POSTS QUI ONT BIEN MARCHÉ

Hook que je veux retravailler : "[COLLE]".

Régénère 5 versions qui :

- Gardent l'idée principale
- Adoptent MON ton (cadence, vocabulaire, ponctuation)
- Évitent les tics IA (pas de "dans ce monde où..." ni "à l'ère de...")



Prompt 2.11.5 — Hook → benchmarks

Voici 10 hooks qui ont fait >500 réactions sur LinkedIn FR dans mon secteur (collés ci-dessous).



Pour chacun :

- Identifie le framework utilisé (4U, BAB, PAS, AIDA, etc.)
- Le déclencheur émotionnel principal
- La promesse implicite

Puis génère 5 nouveaux hooks sur mon sujet [SUJET] en mixant les patterns repérés (sans plagier).

[COLLE LES HOOKS]

3. Publier du contenu inbound — 30 prompts

L'objectif d'un post inbound : faire venir les prospects à toi sans prospection à froid. Trois leviers : **filtrer l'audience, démontrer l'expertise, inviter au DM.**

3.1 Architecture de post (5 prompts)

Prompt 3.1.1 — Structure 7 blocs (Pierre's frame)

Sujet : [SUJET].

ICP : [ICP].

Promesse : [PROMESSE PRINCIPALE].

Écris-moi un post LinkedIn structuré en 7 blocs :

1. Hook (3 lignes max, framework au choix)
2. Bridge (1-2 lignes : pourquoi c'est important MAINTENANT)
3. Contexte (3 lignes : pose la situation)
4. Corps (5-8 lignes : la valeur principale, listée ou narrative)
5. Twist (1-2 lignes : le détail contre-intuitif)



6. Synthèse (1 ligne : la phrase à retenir)

7. CTA (2-3 lignes : invitation à commenter / DM)



Longueur totale : 1200-1800 caractères.

Prompt 3.1.2 — Carrousel 8 slides

Sujet : [SUJET].

ICP : [ICP].

Outline de carrousel 8 slides :

- Slide 1 : titre + hook (texte 6-10 mots, sous-titre 8-12 mots)
- Slide 2 : problème / contexte
- Slides 3 à 7 : 5 points actionnables (1 par slide)
- Slide 8 : récap + CTA

Pour chaque slide : titre + 3 bullets max + visuel suggéré (simple).

Prompt 3.1.3 — Post long story-driven

Sujet : [SUJET].

Mon expérience pertinente : [EXPÉRIENCE].

Écris un post long (1800-2400 caractères) en mode story :

- Acte 1 : situation (ce que j'ai fait)
- Acte 2 : conflit (ce qui n'a pas marché)
- Acte 3 : résolution (ce qui a marché)
- Leçon générale en 2 lignes

Sans bullets. Récit fluide, paragraphes courts (2-3 phrases).

Prompt 3.1.4 — Post court "James Clear style"

Idée principale : [IDÉE EN 1 PHRASE].

Écris un post court (300-500 caractères max) :

- Ouverture : 1 phrase ultra-dense
- Développement : 3-5 phrases courtes (1 ligne chacune)
- Closing : 1 phrase qui résume



Prompt 3.1.5 — Listicle dense

Sujet : [SUJET].

Nombre d'items : [N – ex : 7].

Écris un post listicle :

- Hook (2 lignes)
- Intro liste (1 ligne)
- Items numérotés (1 ligne titre + 1 ligne explication concise)
- Conclusion (2–3 lignes)
- CTA (1 ligne)

Utilise emojis numérotés (1 2 3) pour le scan.

3.2 Filtrage ICP (5 prompts)

Prompt 3.2.1 — Post ICP-pivot

Mon ICP pivot : [ICP – ex : "directeur opérations PME industrie 50–300 salariés"].

Écris 5 posts qui filtrent : seul mon ICP doit se reconnaître.
Les autres lecteurs doivent se sentir hors-sujet (et c'est OK).

Mécaniques :

- Vocabulaire métier précis dans le hook
- Contexte sectoriel non-traduisible
- Chiffres-repères du métier
- Problèmes spécifiques au rôle

Prompt 3.2.2 — Post anti-ICP

Mon ICP : [ICP].

Mes faux-ICP fréquents (les gens qui commentent mais n'ac
jamais) : [LISTE].



Écris 5 hooks qui REPOUSSENT explicitement les faux-ICP :

- "Si tu [trait faux-ICP], ce post n'est pas pour toi."
- "Pour les [vrais ICP] qui [trait spécifique]."
- "Réservé aux [vrais ICP] qui ont déjà [pré-requis]."



Effet recherché : tes commentaires sont moins nombreux mais 100% qualifiés.

Prompt 3.2.3 — Post objection ICP

Objection principale de mon ICP avant d'acheter : [OBJECTION].

Écris un post qui :

- Reformule l'objection avec les mots de l'ICP (1ère ligne)
- Reconnaît qu'elle est légitime
- Donne 3 angles pour la dépasser (sans pitcher)
- Termine par un CTA pour aller plus loin en DM

Prompt 3.2.4 — Post étape de maturité

Mon ICP, niveau de maturité actuel : [1-5 selon Schwartz].

Écris 5 posts qui parlent EXACTEMENT à ce niveau :

- Niveau 1 (inconscient) : révèle un problème
- Niveau 2 (conscient problème) : approfondit le diagnostic
- Niveau 3 (conscient solution) : compare les approches
- Niveau 4 (conscient ton offre) : démontre la différence
- Niveau 5 (convaincu) : démontre l'urgence

Pour le niveau choisi, donne 5 angles de posts.

Prompt 3.2.5 — Post mots-clés ICP

Mon ICP : [ICP].

Donne-moi les 30 mots-clés/expressions que mon ICP utilise dans sa vie pro, classés en :

- 10 mots métier (jargon spécifique)
- 10 mots de douleur (frustrations exprimées)
- 10 mots de succès (à quoi ressemble la victoire)



Puis, 5 hooks de posts qui intègrent naturellement ces mots sans les forcer.



3.3 Engagement et virality (5 prompts)

Prompt 3.3.1 — Format à fort dwell-time

Sujet : [SUJET].

Écris-moi 3 versions du même post optimisées pour le dwell time (temps passé sur le post) :

- Version 1 : suspense narratif (révélation à la fin)
- Version 2 : liste numérotée avec sauts de ligne
- Version 3 : carrousel-style (avec "→" qui invite à scroller)

Indique le dwell time visé pour chaque (en secondes).

Prompt 3.3.2 — Post qui invite au commentaire

Sujet : [SUJET].

Écris un post qui invite naturellement au commentaire (sans CTA forcé) :

- Question ouverte dans le corps
- Position contrastée qui peut être nuancée
- Demande d'avis sur un cas spécifique
- Liste avec un trou ("j'en oublie un, à toi")
- "Et toi, tu fais comment ?"

Combine 2-3 mécaniques sans en abuser.

Prompt 3.3.3 — Post qui invite au save

Sujet : [SUJET].

Écris un post optimisé pour le save (signal très fort sur l'algorithme) :

- Promesse claire dans le hook
- Liste de [N] items actionnables



- Format référence ("garde ce post en signet")



Prompt 3.3.4 — Post qui invite au repost

Sujet : [SUJET].

Écris un post optimisé pour le repost :

- Idée forte et défendable
- Universelle dans mon ICP (tout le monde se reconnaît)
- Formulation "qotable" (un passage qu'on peut isoler)
- Pas de mention "repostez !" – laisser le contenu inviter naturellement

Prompt 3.3.5 — Audit engagement post

Voici un de mes posts (collé ci-dessous) et ses stats :

- Impressions : [X]
- Réactions : [Y]
- Commentaires : [Z]
- Reposts : [W]
- Dwell time estimé : [secondes]

Audit :

- Quel signal manque le plus ?
- Quel élément du post a sous-performé ?
- 5 améliorations concrètes pour les prochains posts

[COLLE LE POST]

3.4 CTA et conversion (5 prompts)

Prompt 3.4.1 — CTA standard 3 étapes

Sujet de mon post : [SUJET].

Lead magnet : [DÉCRIS].

Keyword : [MOT].



Écris 3 versions du CTA standard 3 étapes :

– "Tu veux [bénéfice] ?



1 Like ce post

2 Commente '[KEYWORD]'

3 Je t'envoie [ressource] en DM"



Variantes : ton casual, ton formel, ton joueur.

Prompt 3.4.2 — CTA orienté DM direct

Sujet : [SUJET].

Écris 5 CTA qui invitent directement au DM (sans passer par les commentaires) :

- "Si [situation spécifique], DM-moi 'CLAUDE'."
- "Tu galères avec [X] ? Réponse en DM en moins de 24h."
- "Je suis dispo en DM cette semaine pour [résultat]."

Chaque CTA filtre : seuls les vrais ICP DM.

Prompt 3.4.3 — CTA double-funnel

Mes 2 lead magnets : [A] (pour stade 2–3) et [B] (pour stade 4–5).

Écris un CTA qui propose les 2 ressources selon le besoin :

- Ligne 1 : "Pour [stade 2–3] → commente '[KEYWORD A]'."
- Ligne 2 : "Pour [stade 4–5] → DM 'CLAUDE'."

Variante en 3 versions de ton.

Prompt 3.4.4 — CTA story-extended

Sujet : [SUJET].

Mon offre : [OFFRE].

Écris 5 CTA qui prolongent une histoire :

- "Si tu veux savoir comment [détail post] → commente '[KEYWORD]'."
- "Pour la suite (qu'on ne raconte jamais) → DM 'CLAUDE'."
- "L'erreur que je voulais ajouter au post → commente 'CL



Effet : le CTA fait partie intégrante de la narration.

Prompt 3.4.5 — CTA implicite

Sujet : [SUJET].



Écris 5 closings de post qui invitent au DM SANS appel à l'action explicite :

- Phrase ouverte (laisse le lecteur compléter)
- Question rhétorique (qui sonne sincère)
- Remarque qui appelle une réaction
- Mention "ma DM est ouverte"
- Aucun CTA, juste une signature

Mesure : combien de DM ces formats génèrent vs un CTA standard ?
Indique ton hypothèse.

3.5 Cadence et rythme (5 prompts)

Prompt 3.5.1 — Cadence éditoriale

Mes contraintes :

- Temps disponible : [X] heures/semaine
- Niveau actuel : [N abonnés, M posts publiés]
- Objectif : [OBJECTIF – ex : 200 abonnés/mois]

Propose une cadence éditoriale réaliste :

- Nombre de posts par semaine
- Répartition par format (texte / carrousel / vidéo)
- Jours/heures optimaux
- Temps moyen par post (rédaction + visuel + engagement)

Justifie chaque chiffre.

Prompt 3.5.2 — Calendrier 90 jours

Mes piliers : [LISTE 5 PILIERS].

Cadence : [N] posts/semaine.

Génère un calendrier 90 jours :

- 1 ligne par post : date / sujet / pilier / format / objectif



– Rotation équilibrée des piliers

– 1 post "tentpole" par semaine (plus ambitieux)

– Cause de 1 jour/semaine



Format CSV pour import direct dans un tableur.

Prompt 3.5.3 — Sprint de 30 posts en 1 jour

Mes 5 piliers : [LISTE].

Mon ICP : [ICP].

Génère 30 sujets (6 par pilier) que je peux rédiger en batch sur 1 journée :

- Sujets concrets (pas "comment être plus productif" mais "la routine du lundi matin pour DAF de PME")
- Variés en format (5 short, 10 medium, 5 long, 5 carrousel, 5 question)
- Avec niveau d'effort indicatif (low / medium / high)

Prompt 3.5.4 — Tempo de publication

Mes 30 derniers posts : [COLLE-LES AVEC DATES ET STATS].

Audit du tempo :

- Quels jours/heures performent le mieux ?
- Y a-t-il un effet "burst" (plusieurs posts groupés) ?
- Y a-t-il un effet "fatigue" après cadence élevée ?
- Mon tempo optimal selon les data

Prompt 3.5.5 — Sprint de relance

J'ai pas posté depuis [N] semaines. Mon ICP : [ICP].

Génère un plan de relance 2 semaines :

- Premier post (re-introduction sans s'excuser)
- 5 posts suivants en cadence accélérée pour réactiver l'algorithme
- 1 post "tentpole" en milieu de sprint
- Posture éditoriale (pas de "je suis de retour" larmoyant)



3.6 Recyclage et capitalisation (5 prompts)



Prompt 3.6.1 — Atomic recycling

Voici un de mes 10 meilleurs posts (collé ci-dessous).

Décompose-le en 10 mini-posts dérivés :

- 3 zooms sur des points précis du post original
- 2 contre-arguments (jouer l'avocat du diable)
- 2 cas d'application différents
- 2 anecdotes liées
- 1 carrousel synthèse

Chaque mini-post doit pouvoir vivre de manière autonome.

[COLLE LE POST]

Prompt 3.6.2 — Update 6 mois après

Voici un post que j'ai publié il y a 6 mois (collé ci-dessous).

Écris la version "6 mois plus tard" :

- Hook : "Il y a 6 mois je disais X. Voici ce qui a évolué."
- Corps : ce qui s'est confirmé, ce qui a changé, ce que j'ai appris depuis
- Closing : la nouvelle leçon

[COLLE LE POST]

Prompt 3.6.3 — Mash-up 2 posts

Voici 2 de mes posts qui ont bien marché (collés ci-dessous).

Crée un nouveau post qui :

- Combine les 2 angles
- Apporte une nouvelle synthèse
- Évite la répétition mécanique des 2 sources
- Fait 1 idée nouvelle (pas la somme)

[COLLE LES 2 POSTS]



Prompt 3.6.4 — Repurpose en blog

Voici un post LinkedIn (collé ci-dessous).



Transforme-le en article de blog 800-1200 mots :

- Titre SEO friendly
- Intro qui pose le contexte
- Sections avec H2 et bullets
- Conclusion + CTA newsletter

Garde la voix du post LinkedIn (directe, concrète).

[COLLE LE POST]

Prompt 3.6.5 — Repurpose en thread

Voici un post LinkedIn long (collé ci-dessous).

Transforme-le en thread X (Twitter) de 8-12 tweets :

- Tweet 1 : hook + tease ("🧵")
- Tweets 2-N : développement (1 idée par tweet)
- Tweet N : conclusion + CTA pour aller plus loin

Chaque tweet < 280 caractères. Pas d'emoji forcé.

[COLLE LE POST]

4. Séquences DM qui closent — 30 prompts

Le DM LinkedIn 2026 = soft, court, utile, sans pitch. **Règle d'or** : tu n'écris JAMAIS le premier DM par toi-même — tu attends que la personne ouvre la conversation (commentaire, demande de connexion, like sur ton DM). Quand elle ouvre, tu réponds dans la cadence, pas en 0.5 sec (ça fait bot).





1. **Micro-yes 1** : acknowledge sa situation. *"La plupart des [rôle] dans ton secteur me disent X. Ça te parle ?"*
2. **Micro-yes 2** : valide l'urgence. *"Ça s'est aggravé récemment ou c'est stable ?"*
3. **Micro-yes 3** : projette le résultat. *"Si tu pouvais résoudre [X] en 30 jours, ça ferait bouger l'aiguille ?"*

L'étude de référence (1966, Freedman et Fraser) montre 76% de compliance avec des séquences progressives contre moins de 20% avec une demande directe. Sur LinkedIn 2026, les booking rates passent de 0,8% (cold direct) à 25% sur des séquences soignées avec micro-yes ladder.

Voice notes (le hack 2026) : un message vocal 30-45 sec après 2-3 échanges texte génère **+30 à 40% de reply rate** vs texte. À utiliser quand le prospect est 1st degree + actif les 7 derniers jours.

4.1 Lead magnet delivery (5 prompts)

Prompt 4.1.1 — Premier DM standard

Mon lead magnet : [NOM + URL].

Mon keyword : [MOT].

Le commentaire qui a déclenché : [COLLE LE COMMENTAIRE].

Le prénom : [PRÉNOM].

Écris-moi un DM court (max 80 mots) :

- Salutation personnalisée
- Référence au commentaire spécifique
- Lien vers le lead magnet



- 1 phrase d'ouverture pour relancer

- Signature simple



Évite les "j'espère que tu vas bien". Va à l'essentiel.

Prompt 4.1.2 — DM personnalisé selon le profil

Profil de la personne (collé ci-dessous : titre, expérience).

Mon lead magnet : [NOM].

Écris un DM personnalisé qui :

- Mentionne 1 détail précis de son profil (sans flatterie creuse)
- Adapte la valeur du lead magnet à SON contexte
- Pose 1 question spécifique pour ouvrir la conversation
- Reste sous 100 mots

[COLLE LE PROFIL]

Prompt 4.1.3 — DM follow-up J+3

Premier DM envoyé il y a 3 jours, sans réponse.

Lead magnet partagé : [NOM].

Écris un follow-up :

- Léger, sans culpabilisation
- Apporte une valeur supplémentaire (pas juste "tu as vu mon DM ?")
- 1 question d'ouverture
- Sous 60 mots

Prompt 4.1.4 — DM si pas de connexion

La personne n'est pas encore en connexion 1er degré (DM bloqué).

Écris-moi 2 textes :

- Note d'invitation (max 200 caractères) : référence au commentair + promesse de suite en DM
- Premier DM dès qu'elle accepte : envoi du lead magnet sans re-justifier



Prompt 4.1.5 — DM si beaucoup de commentaires

J'ai [N] commentaires à traiter. Je dois envoyer le même DM à tous, mais personnalisé sans que ça paraisse copié-collé.



Écris-moi un template DM avec :

- 1 ligne d'ouverture standard (salutation + référence post)
- 1 ligne de personnalisation (à remplacer manuellement par un détail du commentaire OU du profil)
- Lien lead magnet
- Closing standard

Indique précisément les 2-3 mots à customiser pour chaque envoi.

4.2 Conversion DM → call (5 prompts)

Prompt 4.2.1 — Premier soft-pitch

La personne a téléchargé le lead magnet, m'a répondu "merci".

Profil : [PROFIL].

Mon offre : [OFFRE].

Écris un follow-up qui :

- Pose 1 question discovery (sans pitcher)
- Crée une ouverture sans forcer le RDV
- Sous 80 mots
- Reste utile même si elle ne prend pas RDV

Prompt 4.2.2 — Discovery 4 questions (Yes Ladder)

La conversation a démarré. Je veux qualifier en 4 questions max sans donner l'impression d'un interrogatoire – application du Yes Ladder.

Écris-moi 4 questions :

- Q1 : acknowledge ("La plupart des [rôle] me disent [X], ça te parle ?")
- Q2 : urgence ("Ça s'est aggravé récemment ou c'est stable ?")
- Q3 : projection résultat ("Si tu pouvais résoudre [X] e [délai], ça ferait bouger l'aiguille ?")
- Q4 : timing ("Tu vises Q1 ou plus tard ?")



Donne-moi le timing optimal (combien de messages échangés entre chaque).

Prompt 4.2.3 — Proposer un call

La personne est qualifiée (a répondu aux 4 questions discovery).
Mon offre : [OFFRE].

Écris le DM qui propose un call :

- Reformule sa situation (preuve d'écoute)
- Propose un call 20 min (pas 30, pas 60) pour [bénéfice spécifique]
- Donne 3 créneaux concrets (jour + heure)
- Closing simple

Prompt 4.2.4 — Booking link

Mon Calendly : [URL].

La personne est qualifiée et a accepté un call.

Écris le DM qui partage le lien Calendly :

- Confirme le call
- Donne le lien
- Précise la durée (20-30 min)
- Donne 2 questions à préparer (pour gagner du temps en call)
- Sous 50 mots

Prompt 4.2.5 — Reactivation après no-show

La personne a réservé un call mais ne s'est pas présentée.

Écris un DM de relance :

- Sans culpabilisation
- Propose 2 alternatives (re-booker / call écourté async)
- Reste léger
- Sous 40 mots



4.3 Gestion des objections (5 prompts)

Prompt 4.3.1 — Objection "pas le temps"

Objection : "Je n'ai pas le temps de creuser ça en ce moment."

Écris 5 réponses DM différentes :

- 1 acceptation pure (relance dans X mois)
- 1 reformulation (ce n'est pas du temps, c'est du focus)
- 1 alternative (call de 10 min au lieu de 30)
- 1 ressource async (lien article qui répond)
- 1 question chirurgicale (qu'est-ce qui ferait que ça vaut le coup ?)

Toutes restent soft, pas de pression.

Prompt 4.3.2 — Objection "pas le budget"

Objection : "Pas de budget cette année."

Écris 5 réponses DM :

- 1 acceptation + suivi soft (newsletter)
- 1 reformulation (le budget n'est pas le vrai sujet)
- 1 alternative low-cost (offre starter ou ressource)
- 1 cas d'usage ROI (sans pression)
- 1 question (qu'est-ce qui justifierait un budget ?)

Prompt 4.3.3 — Objection "pas urgent"

Objection : "On verra Q3."

Écris 5 réponses DM :

- 1 acceptation + relance Q3 calée dans CRM
- 1 question (qu'est-ce qui rendrait ça urgent ?)
- 1 chiffre coût d'inaction



- 1 recommandation pour préparer Q3 (sans vendre)

- 1 alternative pilote court terme



Prompt 4.3.4 — Objection "déjà un prestataire"

Objection : "On a déjà [CONCURRENT] en place."

Écris 5 réponses DM :

- 1 acceptation + ouverture future (rester en contact)
- 1 question complémentaire (qu'est-ce qui pourrait être amélioré côté [CONCURRENT] ?)
- 1 angle différenciant (ce que je fais que [CONCURRENT] ne fait pas – sans le critiquer)
- 1 audit gratuit (sans engagement)
- 1 silence stratégique (pas répondre, attendre la prochaine interaction organique)

Prompt 4.3.5 — Objection "j'attends de voir"

Objection : "Je suis intéressé mais je veux voir d'autres options."

Écris 5 réponses DM :

- 1 acceptation + critères de comparaison (l'aider à choisir, même si ce n'est pas moi)
- 1 ressource comparative (article objectif)
- 1 question (qu'est-ce qui pourrait te faire choisir maintenant ?)
- 1 garantie / pilote
- 1 témoignage spécifique

4.4 Sales en DM (5 prompts)

Prompt 4.4.1 — Pitch en 5 messages

Mon offre : [OFFRE].

Prospect qualifié, ICP fit, sans urgence.

Écris une séquence DM en 5 messages (1/jour ou tous les 2



-) :
- M1 : insight valeur (sans mention offre)
 - M2 : étude de cas (1 client similaire, sans nom)

– M3 : framework / méthode (gratuit)

– M4 : invitation à un call exploratoire

– M5 : closing (si pas de réponse, on stoppe la séquence)



Chaque message sous 100 mots.

Prompt 4.4.2 — Devis async

Le prospect a demandé un devis sans call. Je veux le faire async sans perdre la conversion.

Écris la séquence DM :

- M1 : 5 questions structurantes (à répondre en 1 message)
- M2 (après réponse) : devis chiffré + 1 paragraphe contexte
- M3 (relance J+3) : "tu as eu le temps de regarder ?"
- M4 (relance J+10) : "je laisse l'offre valable encore 7 jours"
- M5 (silence si pas de réponse)

Prompt 4.4.3 — Up-sell client existant

Client existant : [DÉCRIS].

Offre actuelle : [A].

Up-sell envisagé : [B].

Écris un DM up-sell :

- Référence à un signal observé (dépassement quota, demande spécifique)
- Lien naturel A → B
- Proposition concrète (sans bullet pricing)
- Question d'ouverture

Prompt 4.4.4 — Cross-sell

Client : [PROFIL].

Offre achetée : [A].

Cross-sell complémentaire : [C].

Écris un DM cross-sell qui :

- Ne paraît pas opportuniste
- Apporte une valeur immédiate (pas juste "tu pourrais aussi acheter [C]")



- Donne un cas d'usage spécifique à son contexte
- Reste discret (1 message, pas de séquence)



Prompt 4.4.5 — Demande de témoignage

Client satisfait : [DÉCRIS].

Résultat obtenu : [RÉSULTAT CHIFFRÉ].

Écris un DM qui demande un témoignage :

- Reconnaît le résultat obtenu
- Demande un format simple (3 questions, à répondre en vidéo 60 sec OU en texte)
- Donne un exemple de la structure attendue
- Promet une relecture avant publication

4.5 Culture conversation et win-back (5 prompts)

Prompt 4.5.1 — Réactivation prospect dormant

Prospect en DM il y a [N] mois, conversation laissée en plan.

Dernier message échangé : [COLLE].

Écris un DM de réactivation :

- Sans rappeler "ça fait longtemps"
- Apporte une valeur fraîche (article, insight, mise à jour)
- 1 question légère pour ré-ouvrir
- Sous 50 mots

Prompt 4.5.2 — Conversation casual qui devient business

Conversation actuelle : [COLLE LES 5-10 DERNIERS MESSAGES].

Mon offre : [OFFRE].

La conversation est casual. Je veux la transformer en business sans casser la connexion humaine.

Écris :



- 1 message de transition naturelle
- 1 message de proposition (call ou audit)
- 1 fallback si la personne décroche



Reste léger.

Prompt 4.5.3 — DM remerciement après commentaire

La personne a laissé un commentaire de qualité sur mon post (long, réfléchi, pas juste un emoji).

Commentaire : [COLLE].

Écris un DM remerciement :

- Reformule un point précis de SON commentaire (preuve de lecture)
- Apporte une nuance ou un complément
- Pose 1 question d'ouverture
- Évite les "merci pour ton précieux commentaire 🙏"

Prompt 4.5.4 — Demande de présentation

Mon prospect cible : [DÉCRIS].

Personne intermédiaire (connexion 1er degré qui le connaît) : [DÉCRIS].

Écris un DM à la personne intermédiaire pour demander une présentation :

- Court et précis (sous 80 mots)
- Précise pourquoi cette présentation fait sens pour le prospect cible (pas juste pour moi)
- Propose un message tout fait que la personne intermédiaire peut copier-coller
- Donne une porte de sortie facile ("si pas naturel, no stress")

Prompt 4.5.5 — Closing conversation orpheline

Conversation traînant depuis [N] semaines, sans réponse claire ni clôture.

Écris un dernier message qui :

- Acte la fin (sans drama)
- Laisse la porte ouverte



- Demande implicitement un signal (oui/non/plus tard)

- Sous 40 mots



4.6 Tone et format (5 prompts)

Prompt 4.6.1 — Casual professionnel

Mon DM actuel (collé ci-dessous) sonne trop formel.

Réécris-le en mode "casual professionnel" :

- Tutoiement
- Phrases courtes
- 0 jargon corporate
- 1 emoji max (au début)
- Sans "j'espère que vous allez bien"

[COLLE LE DM]

Prompt 4.6.2 — Audit DM

Voici un DM que j'ai écrit (collé ci-dessous).

Audit en 5 dimensions :

- Personnalisation /10
- Clarté /10
- Soft-pitch (vs pitch lourd) /10
- Longueur (sous 100 mots ?) /10
- Hook d'ouverture /10

Score /50 + 3 corrections concrètes.

[COLLE LE DM]

Prompt 4.6.3 — Adaptation tonale

Mon DM neutre : [COLLE].

Régénère 3 versions :

- Version A : très direct (founders / startup)



- Version B : équilibré (PME)
- Version C : feutré (grand compte / corporate)



Indique le contexte d'usage de chaque.

Prompt 4.6.4 — DM en plusieurs langues

Mon DM en français : [COLLE].

Traduis en :

- Anglais (UK / US si pertinent)
- Espagnol (LatAm vs Espagne)
- Allemand
- Italien

Pour chaque, garde la même intention mais adapte au registre business local (pas une traduction littérale).

Prompt 4.6.5 — DM voice-to-text

Voici le brouillon vocal de mon DM (transcrit, plein de "euh" et hésitations) : [COLLE].

Transforme en DM écrit propre :

- Garde l'intention
- Garde le ton (casual, perso)
- Supprime les hésitations
- Formate en paragraphes courts
- Sous 100 mots

Prompt 4.6.6 — Script voice note 30-45 sec

Contexte : prospect [PROFIL], on a échangé 2-3 messages texte, il faut maintenant pousser la relation avec une voice note (meilleur reply rate +30-40% en 2026).

Écris-moi un script de voice note 30-45 sec :

- 0-5 sec : salutation perso + référence à son dernier message
- 5-25 sec : insight précis (apporte une valeur fraîche)
- 25-40 sec : question d'ouverture concrète
- 40-45 sec : closing détendu, pas de pression



5. Qualifier les prospects via les commentaires — 20 prompts

Chaque commentaire = un signal. L'idée : utiliser Claude pour scorer la pertinence de chaque commentateur et prioriser les meilleurs DM.

5.1 Scoring et qualification (5 prompts)

Prompt 5.1.1 — Scoring ICP fit

Mon ICP : [DÉCRIS – secteur, taille, rôle, géo].

Voici 30 commentaires avec le profil LinkedIn de chaque commentateur (titre + entreprise + secteur). Collés ci-dessous.

Score chaque commentateur sur 10 selon le fit ICP, avec justification :

- 9–10 : ICP parfait, DM prioritaire
- 6–8 : ICP partiel, DM utile
- 3–5 : ICP loin, DM optionnel
- 0–2 : Hors ICP, pas de DM

Format CSV : nom, score, justification (1 ligne).

[COLLE]

Prompt 5.1.2 — Détection signaux d'achat

Voici 30 commentaires sur mon dernier post (collés ci-dessous).

Identifie les commentaires qui contiennent un signal d'achat

- Mention d'une douleur active ("je galère avec...")



- Mention d'une recherche en cours ("je cherche...")

- Mention d'un budget / timing ("on lance Q2...")

- Question spécifique sur ton offre



Sors-les en liste prioritaire avec le signal détecté.

[COLLE]

Prompt 5.1.3 — BANT scoring

Voici 20 commentaires + profil (collés ci-dessous).

Applique le scoring BANT (Budget, Authority, Need, Timing) :

- Budget : indices de capacité financière (taille entreprise, fonction)
- Authority : niveau de décision (titre, séniorité)
- Need : douleur exprimée dans le commentaire
- Timing : urgence détectée

Score /4 pour chaque (somme sur 16). Liste les top 5.

[COLLE]

Prompt 5.1.4 — MEDDIC scoring

Voici 10 commentaires + profil enrichi (collés ci-dessous).

Applique MEDDIC :

- Metrics : quels chiffres sa vie pro mesure-t-elle ?
- Economic Buyer : a-t-il le pouvoir financier ?
- Decision Criteria : critères probables de décision
- Decision Process : process probable
- Identify Pain : douleur observable
- Champion : peut-il être ton allié interne ?

Pour chaque commentateur, donne un score /6 + le maillon faible.

[COLLE]



Prompt 5.1.5 — Segmentation 4 catégories

Voici 50 commentaires (collés ci-dessous).



Segmenté en 4 catégories :



- Hot leads : ICP + signal d'achat
- Warm leads : ICP, pas de signal direct
- Cold ICP : ICP, pas d'engagement profond
- Hors ICP : non prioritaire

Format CSV. Pour les Hot leads, propose un angle de DM perso.

[COLLE]

5.2 Réponses commentaires (5 prompts)

Prompt 5.2.1 — Réponse personnalisée

Voici 10 commentaires que je dois traiter en 30 minutes.

Mon objectif : réponse personnalisée qui ouvre la conversation (pas un "merci !" creux).

Pour chaque, écris une réponse :

- Sous 30 mots
- Mentionne 1 mot-clé du commentaire
- Pose une mini-question d'ouverture
- Évite les emojis cliché

[COLLE LES 10 COMMENTAIRES]

Prompt 5.2.2 — Réponse qui crédibilise

Commentaire : [COLLE].

Mon expertise sur ce sujet : [DÉCRIS].

Écris une réponse qui :

- Apporte une mini-valeur concrète (un détail technique, un chiffre, un cas)
- Démontre l'expertise sans la claironner



- Termine sur une question ou une ouverture

- Sous 60 mots



Prompt 5.2.3 — Réponse qui reframe

Commentaire qui contient une croyance erronée : [COLLE].

Écris une réponse qui :

- Acquiesce sur la partie valable
- Apporte le reframe sans humilier
- Donne un cas concret pour appuyer
- Termine ouvert (pas "tu te trompes")
- Sous 80 mots

Prompt 5.2.4 — Réponse hors ICP

Commentaire d'une personne hors ICP (étudiant, autre secteur, profil curieux mais pas client potentiel) : [COLLE].

Écris une réponse :

- Polie et utile (la communauté regarde)
- Sans investir trop de temps
- Sans inviter au DM (filtre)
- Sous 30 mots

Prompt 5.2.5 — Réponse face à objection publique

Commentaire qui critique mon post / mon angle : [COLLE].

Écris une réponse qui :

- Acquiesce sur le fond raisonnable de la critique
- Apporte ma nuance argumentée (pas défensive)
- Reste posée, pas de surenchère
- Invite à creuser en DM si pertinent
- Sous 100 mots

Tu fais 3 versions : conciliante, neutre, ferme. Je choisis selon le ton de la critique.



5.3 Lead enrichment (5 prompts)



Prompt 5.3.1 — Enrichir un profil

Profil LinkedIn (collé ci-dessous : titre + bio + 5 derniers posts).

Sors-moi :

- Sa douleur probable (1-2 phrases)
- Ses motivations (carrière, business, ego)
- Son niveau de séniorité
- Sa probabilité d'achat (sur 10) avec justification
- 1 angle d'approche DM optimal

[COLLE]

Prompt 5.3.2 — Détection moment de vie pro

Profil LinkedIn (collé ci-dessous, avec dates des changements récents : nouveau poste, levée de fonds, lancement produit).

Identifie :

- Moment de vie pro actuel (90 derniers jours)
- Quelles douleurs ce moment génère probablement
- Quelle ouverture business pertinente
- Timing d'approche optimal (maintenant / dans 30j / plus tard)

[COLLE]

Prompt 5.3.3 — Scoring entreprise

Entreprise : [NOM].

Données disponibles : effectif, secteur, levée de fonds récente, clients connus, news récentes.

Score :

- Capacité d'investissement (sur 10)
- Maturité digitale (sur 10)
- Probabilité d'avoir le besoin que je couvre (sur 10)
- Timing (urgence détectable / latence)



- Alignement avec mes valeurs (sur 10)



Total /50 + recommandation : prioriser / mid / déprioriser.



Prompt 5.3.4 — Comportement de commentateur

Voici 20 commentaires d'une même personne sur les 12 derniers mois (sur mes posts et ceux d'autres) (collés ci-dessous).

Pattern :

- Posture (curieux, expert, pragmatique, cynique...)
- Sujets qui le font commenter
- Niveau d'engagement (long / court, fréquent / rare)
- Moment où il commente (early / late)
- Approche DM recommandée

[COLLE]

Prompt 5.3.5 — Mapping organisation

Mon prospect : [NOM, TITRE, ENTREPRISE].

Autres connexions LinkedIn de la même entreprise (collées ci-dessous).

Mappe les rôles :

- Decideur économique probable
- Champions internes possibles
- Bloqueurs potentiels
- Influenceurs latents
- Stratégie d'entrée multi-thread

[COLLE]

5.4 Pipeline et tracking (5 prompts)

Prompt 5.4.1 — Tracker DM

Mes 50 dernières conversations DM (extrait LinkedIn collé ci-dessous, avec date dernière interaction et état).



Sors-moi un tableau de pipeline :



- Étape (cold / contact / qualification / proposition / closing / signé / lost)
- Prochaine action (avec date suggérée)
- Score chaud/froid

Format CSV pour import CRM.

[COLLE]

Prompt 5.4.2 — Audit pipeline

Mon pipeline actuel (CSV collé ci-dessous : 30 prospects, étape, date dernière interaction).

Audit :

- Prospects qui stagnent (>21 jours sans interaction)
- Prospects à relancer en priorité
- Prospects à dropper (signal froid clair)
- Prospects à upgrader (signal chaud manqué)
- 5 actions concrètes pour la semaine

[COLLE]

Prompt 5.4.3 — Forecasting

Mes 50 derniers prospects DM (CSV collé ci-dessous, avec étape et date).

Sors un forecast :

- Probabilité de signature pour chaque (basée sur l'étape et le pattern observé)
- Volume probable signé sur 30 jours
- Volume probable signé sur 90 jours
- Identifier les biais de mon scoring

[COLLE]



Prompt 5.4.4 — Detection drop-off

Mes 10 dernières conversations DM (collées ci-dessous).



Identifie les points de drop-off :

- Quelle étape génère le plus d'abandons ?
- Quels patterns dans mes messages avant abandon ?
- 3 améliorations concrètes (rephrase / timing / format)

[COLLE]

Prompt 5.4.5 — Win/loss analysis

Mes 10 derniers wins + 10 derniers losses (collés ci-dessous, avec contexte).

Analyse :

- 3 patterns communs aux wins
- 3 patterns communs aux losses
- 3 questions à poser systématiquement en discovery pour détecter un win précoce
- 3 signaux d'alerte qui annoncent un loss

[COLLE]

6. Profil qui attire — 25 prompts

Ton profil = ta landing page. Si elle ne convertit pas, tes posts ramènent du trafic qui repart. **Les 5 zones critiques** : banner, headline, About, Featured, Activity.

6.1 Banner (3 prompts)

Prompt 6.1.1 — Brief banner



Mon ICP : [ICP].

Ma proposition de valeur : [PROMESSE].



Écris-moi le brief d'un banner LinkedIn (1584×396 px) :

- Texte principal (max 7 mots, énorme)
- Sous-texte (max 12 mots, plus petit)
- Élément visuel suggéré (sans surcharger)
- Palette (3 couleurs max)
- 3 angles différents (à choisir)

Le banner doit être lisible en 2 secondes sur mobile.

Prompt 6.1.2 — Banner social proof

Mes 3 meilleurs résultats clients : [RÉSULTATS CHIFFRÉS].

Écris 5 versions de banner orientées social proof :

- Version A : un chiffre énorme + 3 mots
- Version B : 3 logos clients + tagline
- Version C : témoignage client (1 phrase + nom + entreprise)
- Version D : avant/après chiffré
- Version E : ratio impressionnant

Prompt 6.1.3 — Banner avec CTA

Mon offre lead magnet : [LEAD MAGNET].

URL : [URL].

Écris 3 banniers orientés CTA :

- Texte qui invite à scroller vers le bouton "Visiter le site"
- Référence visuelle au lead magnet
- Formulation qui filtre l'ICP

Indique pour chaque l'objectif principal (DM, lead magnet, visite site).

6.2 Headline (4 prompts)



Prompt 6.2.1 — Formule headline maître

Mon ICP : [ICP].
Mon offre : [OFFRE].

Mes 3 mots-clés SEO : [MOTS-CLÉS].



Formule maître (validée 2025-2026) :

[Audience cible] + [Outcome mesurable] + [Méthode/preuve]

Écris 10 headlines LinkedIn (max 220 caractères) selon ces templates :

- Template A : "I help [AUDIENCE PRÉCISE] achieve [RÉSULTAT MESURABLE] through [MA MÉTHODE]"
- Template B : "[MON RÔLE] helping [AUDIENCE] [TRANSFORMATION PRÉCISE] | [PREUVE/CRÉDIBILITÉ]"
- Template C : "[OUTCOME] for [AUDIENCE] | [SPÉCIALISATION]"
- Template D : "[Verbe action] [ICP] vers [résultat]. [N] [unité] délivrés."
- Template E : "[Contre-intuitif] pour [ICP] qui [contexte]"

2 headlines par template = 10 total.

Bannis : "Passionate", "Innovator", "Synergizing", emojis abusifs, jargon vide ("game changer", "thought leader", "growth hacker").

Préfère plus de 100 caractères (= significativement plus d'impression en search LinkedIn).

Prompt 6.2.2 — Headline ICP-filter

Mon ICP pivot : [ICP].

Mes faux-ICP : [LISTE].

Écris 5 headlines qui filtrent : seul mon ICP doit cliquer pour voir mon About. Les faux-ICP doivent passer.

Mécaniques :

- Vocabulaire métier précis
- Niveau séniorité explicite
- Contexte sectoriel
- Pré-requis ("pour [ICP] qui [trait]")



Prompt 6.2.3 — Audit headline

Mon headline actuel : "[COLLE]".



Audit :

- Lisibilité mobile (220 caractères, premiers mots clairs ?) /10
- ICP fit (mon ICP se reconnaît ?) /10
- Promesse claire ? /10
- SEO LinkedIn (mots-clés présents ?) /10
- Différenciation (ne pourrait pas être copié-collé par X autres)

Score /50 + 5 versions améliorées.

Prompt 6.2.4 — Headline en plusieurs langues

Mon headline FR : "[COLLE]".

Adapte en :

- Anglais (UK + US si nuances)
- Espagnol (Espagne + LatAm)
- Allemand

Pour chaque : version directe, version soft, version premium.

Ne pas traduire littéralement – adapter aux conventions LinkedIn locales.

6.3 About (5 prompts)

Prompt 6.3.1 — Structure About 6 blocs (Welsh framework)

Mon ICP : [ICP].

Ma proposition : [PROMESSE].

Mes 3 résultats clients : [LISTE CHIFFRÉE].

Mon CTA : [QUOI FAIRE – DM, prendre RDV, lien].

Écris mon About en 6 blocs structurés (méthode Welsh / Tillman) :

1. Opening hook (50–75 mots) : positionnement + énoncé du 1^{er} ICP. Les 300 premiers caractères sont seuls visibles avec



"voir plus" – ils doivent contenir la promesse.



2. Your journey (100–150 mots) : story qui prouve l'expertise (parcours, déclic, pivot).



3. What you've learned (75–100 mots) : insights clés extraits du parcours.
4. What you do now (150–200 mots) : qui je sers + quelle transformation + comment.
5. Proof points (100–150 mots) : 3–5 résultats clients chiffrés, noms ou logos crédibles si autorisés.
6. Soft CTA (50–75 mots) : invitation claire (DM, lien, ressource).

Total : 1500–1800 caractères. Voix à la 1ère personne. Aucun "passionate", "thought leader", "innovative". Mots-clés SEO intégrés sans bourrage.

Prompt 6.3.2 — About story-driven

Mon parcours : [PARCOURS].

Mon trigger (pourquoi j'ai pivoté vers cette mission) : [TRIGGER].

Mon ICP : [ICP].

Écris un About story-driven :

- Acte 1 : avant (j'étais X, je faisais Y)
- Acte 2 : déclic (à un moment, j'ai compris que...)
- Acte 3 : aujourd'hui (j'aide [ICP] à...)
- Closing : CTA

Total : 1500–2000 caractères. Voix à la 1ère personne.

Prompt 6.3.3 — About chiffré

Mes data clés (clients, résultats, années d'expérience, levées, publications) : [LISTE EXHAUSTIVE].

Mon ICP : [ICP].



Écris un About axé chiffres :



- Hook (qui je suis en 1 ligne)
- "Les chiffres" (5-7 chiffres marquants en bullets)
- "Ce que ça veut dire pour toi" (3-5 lignes)
- CTA

Total : 1500 caractères max.

Prompt 6.3.4 — About ICP-filter agressif

Mon ICP pivot strict : [DÉCRIS PRÉCISÉMENT].

Écris un About qui filtre agressivement :

- Hook qui exclut explicitement les non-ICP
- Pré-requis listés ("ce profil est utile si tu es / si tu as déjà / si tu cherches")
- Ce que je ne fais PAS (3-5 items)
- Ce que je fais (3-5 items)
- CTA strict

Effet : 90% des visiteurs partent. Les 10% restants sont des ICP qualifiés.

Prompt 6.3.5 — About SEO LinkedIn

Mes 10 mots-clés SEO LinkedIn (que mon ICP tape dans la barre recherche) : [LISTE].

Ma promesse : [PROMESSE].

Écris un About qui :

- Intègre naturellement les 10 mots-clés (pas de keyword stuffing)
- Garde la lisibilité humaine
- Place les mots-clés stratégiquement (1ère ligne, milieu, fin)
- Termine par un CTA clair

Total : 1800-2000 caractères.



6.4 Featured (5 prompts)

Prompt 6.4.1 — Architecture Featured (2 items, méthode



Mes assets disponibles : [LISTE – articles, vidéos, podcast, lead magnet, case studies, talks].



Justin Welsh recommande de limiter Featured à 2 items max (sinon le visiteur paralyse) :

- Item 1 : lead magnet gratuit (email-gate) – la "front door"
- Item 2 : offre payante (consult, course, service) – pour les prêts à acheter

Architecture suggérée :

- Pour chaque item, titre (max 50 caractères) + visuel
- Pas de description (réduit la friction)
- Le visuel fait tout le travail

Sors-moi 3 propositions d'architecture selon mon contexte :

- Si j'ai 0 offre payante encore
- Si j'ai 1 offre payante claire
- Si j'ai plusieurs offres (alors choisir LA principale)

Prompt 6.4.2 — Title + description optimisés

Item Featured : [TYPE – ex : lead magnet PDF].

Titre actuel : [COLLE].

Description actuelle : [COLLE].

Audit :

- Le clic est-il clairement encouragé ?
- La promesse est-elle ICP-specific ?
- La friction est-elle minimale (pas trop de questions implicites)
- Le visuel suggéré ?

3 versions améliorées.

Prompt 6.4.3 — Lead magnet Featured

Mon lead magnet : [DÉCRIS].

URL : [URL].



Écris :

- Titre (max 50 caractères, ICP-specific)
- Description (max 150 caractères, promesse claire)
- 3 visuels suggérés (description simple)



Effet : le visiteur clique sans hésiter.

Prompt 6.4.4 — Case study Featured

Client : [NOM ou ANONYME].

Avant : [SITUATION].

Après : [RÉSULTAT CHIFFRÉ].

Délai : [DURÉE].

Écris une case study Featured :

- Format article LinkedIn ou PDF (au choix)
- Structure : problème → méthode → résultat → leçon
- Total : 800-1200 mots
- Avec 1 visuel résumé chiffré

Pierre, demande au client si tu peux le citer ; sinon anonymise proprement.

Prompt 6.4.5 — Featured CTA direct

Mon CTA principal : [BOOKING / DM / SITE].

Écris l'item Featured "appel direct" :

- Titre (max 40 caractères, action claire)
- Description (max 120 caractères, friction minimale)
- Visuel suggéré (typo + couleur dominante)

Le visiteur doit comprendre en 2 secondes.

6.5 Activity et signaux faibles (5 prompts)

Prompt 6.5.1 — Audit Activity



Voici mes 30 derniers posts (collés ci-dessous, avec stats).



Activity (ce que voit un visiteur de profil) :



- Conférence éditoriale (mes 5 piliers respectés ?)
- Fréquence régulière ?
- Mix de formats (texte, carrousel, vidéo) ?
- Engagement moyen perçu ?
- Premier post visible (hook fort ?)

3 actions à mener cette semaine.

[COLLE]

Prompt 6.5.2 — Pinning stratégie

Mes 10 meilleurs posts (collés ci-dessous, avec stats).

Lequel des 10 doit être épinglé en haut du profil ?

Critères :

- Aligné avec ma promesse profil
- Démontre ma méthode/expertise
- Engagement fort (preuve sociale)
- Filtre ICP
- Pas trop daté

Justifie ton choix top 1 + top 2 (au cas où je tourne).

[COLLE]

Prompt 6.5.3 — Recommendations à demander

Mes 5 meilleurs clients : [LISTE].

Pour chaque, écris-moi le DM qui demande une recommandation LinkedIn :

- Sous 80 mots
- Avec un brief précis (3 questions à inclure)
- Avec une proposition de format
- Avec une promesse de relecture



Prompt 6.5.4 — Skills priorisation

Mes 50 skills LinkedIn actuels : [COLLE LISTE].

Mon ICP : [ICP].

Re-priorise mes skills :

- Top 3 (les plus visibles, choisis stratégiquement)
- 4-10 (visibles à l'expansion)
- 11+ (à supprimer ou cacher)

Justification : pourquoi ces 3 en haut ?

Prompt 6.5.5 — Endorsements stratégie

Mes 5 connexions premium : [LISTE].

Mes skills à booster : [LISTE].

Écris 5 DM qui demandent des endorsements croisés :

- Réciproque proposée
- Skill précis (pas "tout endorse-moi tout")
- Sous 50 mots

Évite le côté quid-pro-quo grossier.

6.6 Audit complet profil (3 prompts)

Prompt 6.6.1 — Audit profil global

Mon profil complet (banner + headline + About + Featured collés ci-dessous).

Mon ICP : [ICP].

Audit en 7 dimensions :

- Cohérence visuelle (banner + photo + Featured)
- Clarté de promesse (mon ICP comprend en 5 secondes ?)
- Filtrage (les non-ICP partent ?)



- Preuve sociale (où ?)

- CTA (clair, unique, sans friction ?)

- SEO (mots-clés présents ?)

- Différenciation (vs profils concurrents)



Score /70 + plan d'action priorisé.

[COLLE]

Prompt 6.6.2 — Comparaison concurrents

Mon profil : [COLLE].

Profils concurrents : [COLLE 3 PROFILS].

Identifie :

- Ce que je fais MIEUX (à amplifier)
- Ce que les concurrents font MIEUX (à inspirer)
- Mon angle distinctif (à clarifier)
- 5 actions concrètes pour me démarquer

Prompt 6.6.3 — Optimisation 30 jours

Profil actuel + audit (collés ci-dessous).

Plan 30 jours :

- Semaine 1 : optimisations rapides (banner, headline)
- Semaine 2 : About + Featured
- Semaine 3 : Activity (cadence, mix format)
- Semaine 4 : Recommendations + Skills

Pour chaque semaine : 3 actions max + temps estimé.

7. Crédibilité automatisée — 25 prompts

Le piège : pitcher tes résultats sans paraître narcissique. La solution : laisser les FAITS parler. Cas clients chiffrés, screenshots de résultats, témoignages structurés.



7.1 Case studies (5 prompts)



Prompt 7.1.1 — Case study format AIDA-R

Client : [NOM ou ANONYME].
Avant : [SITUATION CHIFFRÉE].
Méthode : [DÉCRIS].
Après : [RÉSULTAT CHIFFRÉ].
Durée : [TIMING].

Écris une case study format AIDA-R (Attention, Issue, Decision, Action, Result) :

- Attention (hook 1-2 lignes, le résultat final teasé)
- Issue (problème initial, contexte, enjeux)
- Decision (pourquoi le client a choisi ma méthode)
- Action (ce qu'on a fait, étape par étape)
- Result (chiffres précis, comparaison avant/après)

Total : 1500-2000 mots.

Prompt 7.1.2 — Case study post LinkedIn

Client + résultat (cf. Prompt 7.1.1 – données chiffrées).

Compresse en post LinkedIn (1500 caractères max) :

- Hook (résultat chiffré dans la 1ère ligne)
- Contexte (3 lignes max)
- Méthode (5-7 puces)
- Résultat (chiffres clés)
- Leçon (1-2 lignes)
- CTA

Évite le "huge thanks to ce client incroyable". Reste factuel.

Prompt 7.1.3 — Case study carrousel

Client + résultat.

Carrousel 8-10 slides :

- Slide 1 : hook + résultat



- Slide 2 : situation initiale (chiffres)
- Slides 3-7 : méthode (1 étape par slide)
- Slide 8 : résultat (chiffres avant/après)
- Slide 9 : leçon
- Slide 10 : CTA



Pour chaque slide : titre + 3 bullets max + visuel suggéré.

Prompt 7.1.4 — Case study sans nom client

Client confidentiel (NDA).

Résultat chiffré : [DÉTAIL].

Écris une case study anonymisée :

- "Une PME du secteur [SECTEUR] de [TAILLE]..."
- Garde la précision sectorielle et chiffrée
- Évite les détails identifiants (lieu, taille exacte si trop spécifique, niche)

Total : 1200-1500 mots.

Prompt 7.1.5 — Case study visuelle

Client + résultat.

Brief visuel pour résumer la case study :

- Format suggéré (infographie, dashboard simulé, comparatif)
- Texte sur le visuel (max 30 mots total)
- Mise en page suggérée
- Palette (3 couleurs max)

7.2 Témoignages (5 prompts)

Prompt 7.2.1 — Demande de témoignage structurée

Client satisfait : [DÉCRIS].

Résultat : [CHIFFRÉ].

Écris le DM/email qui demande un témoignage en :



- 3 questions structurées (à répondre en vidéo 60 sec OU texte)
- Q1 : avant (quelle était votre situation ?)
- Q2 : pendant (qu'est-ce qui a changé en travaillant ensemble ?)
- Q3 : après (quels résultats concrets ?)

Promesse de relecture + format de diffusion (LinkedIn / site).

Prompt 7.2.2 — Reformulation témoignage brut

Voici un témoignage brut envoyé par mon client (collé ci-dessous, souvent verbeux et désorganisé).

Reformule en :

- Version A : 3 phrases qui claquent (pour Featured / banner)
- Version B : 100 mots pour post LinkedIn
- Version C : 250 mots pour landing page

Garde EXACTEMENT les chiffres et faits. Évite l'enjolivement.

[COLLE]

Prompt 7.2.3 — Témoignage post LinkedIn

Témoignage client (collé ci-dessous).

Transforme en post LinkedIn :

- Hook : 1 phrase forte du témoignage en accroche
- Contexte : qui est le client, quelle situation
- Le témoignage in extenso (formaté propre)
- Ma réflexion / leçon (3-5 lignes)
- Closing humble (pas autocongratulation)
- CTA

[COLLE]

Prompt 7.2.4 — Vidéo témoignage prompt client

Client a accepté de tourner un témoignage vidéo (60-90 sec)

Écris-lui les instructions :

- Cadre (où il devrait se filmer, lumière)



- Durée (60-90 sec)



- Structure de réponse (Q1 avant / Q2 pendant / Q3 après)
- Conseils pratiques (parler clairement, pas de jargon)
- Format de livraison (par mail, weTransfer)



Sous 200 mots, ton casual.

Prompt 7.2.5 – Audit témoignages existants

Mes 10 témoignages existants (collés ci-dessous).

Audit :

- Lesquels mentionnent un chiffre concret ? (à amplifier)
- Lesquels sont génériques ("Pierre est super") ? (à retirer)
- Lesquels manquent de contexte ?
- 3 témoignages à re-solliciter pour amélioration
- 1 témoignage en pépite à utiliser sur le profil

[COLLE]

7.3 Screenshots et data points (5 prompts)

Prompt 7.3.1 – Screenshot dashboard

Données client : [LISTE – chiffres, dates, métriques].

Brief un screenshot dashboard :

- Quelle métrique mettre en avant
- Comparatif (avant / après ou semaine N-1)
- Mise en page (titre + chiffre + sous-texte)
- Palette
- Anonymisation si NDA

Ce screenshot va illustrer un post LinkedIn.

Prompt 7.3.2 – Mini infographie résultat

Résultat : [CHIFFRE PRINCIPAL] sur [DURÉE].



Brief une infographie :

- Format carré 1080×1080
- Texte central : le chiffre (énorme)
- 3 sous-points qui le contextualisent
- Style : minimaliste, 2 couleurs
- Sans logo/branding superflu



Prompt 7.3.3 – Comparatif avant/après

Avant : [SITUATION CHIFFRÉE].

Après : [RÉSULTAT CHIFFRÉ].

Brief un visuel comparatif :

- Mise en page : 2 colonnes (gauche avant, droite après)
- Texte (max 40 mots total)
- Couleurs (gauche neutre/grise, droite vibrante)
- Élément central qui marque la transition
- Format 1080×1080 ou 1080×1350

Prompt 7.3.4 – Heat map / data viz

Données : [DÉCRIS – ex : taux de conversion par mois sur 12 mois].

Choix de data viz optimal :

- Type de graphique recommandé (barre / ligne / pie / heat map)
- Métriques principales à mettre en avant
- Métriques secondaires (en context)
- Insights à annoter (flèches, callouts)
- Texte d'accompagnement

Prompt 7.3.5 – Tableau comparatif

Mon offre vs concurrents directs : [LISTE 3 CONCURRENTS].

Critères de comparaison : [LISTE 5 CRITÈRES].

Brief un tableau comparatif :

- 4 colonnes (mon offre + 3 concurrents)
- 5 lignes (les critères)
- Mise en valeur (où je gagne, sans cracher sur les autres)
- Mention des forces réelles des concurrents (crédibilité)



- Format LinkedIn (carré ou portrait)



Le tableau doit être HONNÊTE (jamais de fausse domination).



7.4 Story-based credibility (5 prompts)

Prompt 7.4.1 — Behind-the-scenes

Mission récente : [DÉCRIS].

Galère vécue : [DÉCRIS].

Résolution : [DÉCRIS].

Écris un post behind-the-scenes :

- Hook : la galère
- Contexte (3 lignes)
- Ce qu'on a essayé qui n'a pas marché (2-3 lignes)
- Ce qui a finalement marché
- Leçon générale

Effet recherché : authenticité, expertise par l'expérience.

Prompt 7.4.2 — Confession éducative

Erreur que j'ai commise : [DÉCRIS].

Conséquence : [DÉCRIS].

Apprentissage : [DÉCRIS].

Écris un post "confession" :

- J'admets l'erreur sans drama
- J'explique le contexte
- Je détaille la conséquence chiffrée
- J'extrais la leçon généralisable
- Closing : invitation à partager des erreurs similaires

Évite les fake confessions (humble brag déguisé).

Prompt 7.4.3 — Méthode dans la durée



Mission longue durée : [PROJET, DURÉE].

Itérations : [LISTE].

Résultat : [CHIFFRÉ].



Écris un post sur la durée :

- Hook : "[N mois/années] sur ce projet, voici ce que j'ai appris."
- 5-7 itérations majeures (1 ligne chacune)
- Le déclic principal
- Le résultat final
- Le métriques de patience

Prompt 7.4.4 — Day-in-the-life

Une journée type pour moi : [DÉCRIS].

Mon objectif : montrer mon expertise par les gestes quotidiens.

Écris un post day-in-the-life :

- 6h : [activité 1]
- 9h : [activité 2]
- 12h : [activité 3]
- ...
- 18h : [activité finale]

Pour chaque, 1 phrase qui révèle un insight pro.

Sans humble brag. Sans rythme dingue irréaliste.

Prompt 7.4.5 — Post anniversaire mission

Date de début mission : [DATE].

Aujourd'hui : [N MOIS / ANNÉES] plus tard.

Bilan : [3-5 chiffres clés].

Écris un post anniversaire :

- Hook : ancrage temporel précis
- 5 chiffres clés (avant → après)
- 3 leçons retenues
- 1 erreur à ne pas reproduire
- Ouverture (et après ?)



7.5 Social proof éthique (5 prompts)

Prompt 7.5.1 — Liste de logos clients

Mes clients : [LISTE].

Brief un visuel "ils me font confiance" :

- Format bandeau horizontal (1584×396 ou 1200×400)
- 6-9 logos répartis
- Mise en gris (uniformiser visuellement)
- Sans rang hiérarchique (alphabétique)
- Pas de logo sans autorisation

Dis-moi quels logos vérifier (autorisation explicite).

Prompt 7.5.2 — Statistiques portfolio

Mon portfolio (collé ci-dessous : N clients, N projets, N pays, résultats agrégés).

Sors-moi 5 phrases "stats portfolio" pour mon profil ou un post :

- Format chiffré (X clients, Y résultats)
- Sans ego marketing ("le meilleur", "le plus")
- Avec contexte temporel (sur N années)
- Honnêtes (pas d'arrondis sur-favorables)

Prompt 7.5.3 — Mention presse / podcast

Mes mentions (collé ci-dessous : podcast, articles, talks).

Brief un visuel "as seen on" pour mon profil :

- Format bandeau (1200×627)
- 3-6 logos médias / podcasts
- Texte : "As seen on" ou "On en parle"
- Style sobre



Prompt 7.5.4 — Featured collaborations

Mes collaborations notables (peers, clients, partners) : [LISTE].

Écris un post "ces personnes avec qui j'ai bossé en 2026" :

- Hook : remerciement collectif (pas individuel)
- 5-10 mentions (tag ou citation)
- 1 ligne par personne (ce qu'on a fait ensemble)
- Closing : ouverture pour 2027

Pour rester pro et pas pour le name-drop.

Prompt 7.5.5 — Post bilan annuel

Mes chiffres 2026 (collés ci-dessous : revenus, clients, posts, abonnés gagnés, missions livrées).

Écris un post bilan :

- Hook : un chiffre marquant
- 5-7 chiffres clés
- 3 réussites
- 2 échecs / leçons
- Ce que je vise pour 2027

Ton : reconnaissant, factuel, honnête.

Bonnes pratiques transversales

1. Garde TES données à portée de main. Les prompts marchent 10x mieux quand tu les nourris avec tes vraies data : commentaires existants, transcriptions de calls, témoignages bruts, profils prospects. Crée un dossier "claude-fuel" sur ton ordi avec ces fichiers.



2. Itère, n'accepte pas la 1ère réponse. Quand Claude propose un

hook, Blyx demande systématiquement 5 variantes. Quand il propose un post, demande 3 versions à 3 niveaux d'agressivité. La bonne version n'est jamais la 1ère.

3. Utilise Claude pour AUDIT plus que pour CRÉATION. Les meilleurs résultats viennent de prompts qui auditent ce que tu as déjà écrit (audit hook, audit DM, audit profil). Création pure → souvent générique. Audit + amélioration → spécifique à toi.

4. Garde la voix HUMAINE (anti-AI-voice engineering). Trois techniques pour éviter le ton générique IA :

- 1. Fournis 3-5 de tes meilleurs posts en exemple** dans chaque prompt long. Claude calibre sur les exemples — sans exemples, il sort sa voix générique.
- 2. Bannis explicitement les transitions plates** : "à l'ère de", "dans un monde où", "il est crucial de", "force est de constater", "in conclusion", "furthermore", "it's important to note".
- 3. Donne aussi des contre-exemples** : 2-3 posts dont la voix te déplaît, avec la mention "ne sonne SURTOUT pas comme ça".

Bonus : utilise le contexte Claude 200K pour upload tes 15 meilleurs posts en début de conversation. Tout le reste de la session sera calibré sur ta vraie voix.

5. Mesure ce qui compte vraiment.

- ✓ Ce qui compte sur LinkedIn 2026 : commentaires de qualité (pas le volume), saves, reposts, dwell time, conversion DM → call → signature.
- ✓ Ce qui compte moins : likes, vues, vanity metrics.



6. Évite la dépendance au prompt unique. Un prompt long et

B Blyx qui fait tout = fragile. Mieux vaut 3 prompts courts chaînés  (idéation → rédaction → audit) que 1 prompt monstre.

7. La cohérence > la perfection. 3 mois à 3 posts/semaine bat 3 semaines à 7 posts/semaine. Fixe une cadence soutenable, ajuste à la marge.

Erreurs à éviter

Erreur	Conséquence	Correction
Demander à Claude d'écrire un post "qui marche sur LinkedIn" sans préciser ICP	Post générique, pas de filtrage	Brief Claude avec ICP + contexte précis
Coller le post brut sans relire	Tics IA visibles, voix incohérente	5 min de relecture systématique
Pitch direct en 1er DM	Taux de réponse 0,5%	Soft-open, reference au commentaire
Cadence irrégulière	L'algorithme te sanctionne	3 posts/semaine régulier > 7 puis pause
Lead magnet trop large	Audience pas qualifiée	Lead magnet ICP-specific
CTA trop complexe (4 étapes)	Friction, drop-off	1-2 actions max
Témoignage générique ("Pierre est super")	Pas crédible	Re-solliciter pour témoignage chiffré





Sources et inspirations

Ce guide s'appuie sur l'observation des meilleures pratiques 2025-2026 de :

Créateurs / consultants LinkedIn

- ✓ **Justin Welsh** — LinkedIn Operating System, frameworks "Trailer", Relatable Enemy → Hero → Teaser (justinwelsh.me)
- ✓ **Lara Acosta** — Literally Academy, frameworks SLAY (Story / Lesson / Actionable / You) et SMPV (Skill / Market / Problem / Value)
- ✓ **Devin Reed** — anti-viral resonance, behind-the-scenes content (thereeder.co)
- ✓ **Jasmin Alić (Hey Jay)** — 4 règles du hook viral, formules spécificité
- ✓ **Wes Kao** — Spiky Point of View framework
- ✓ **Aditya Mallah** — analyse de 1000+ posts viraux LinkedIn
- ✓ **Pierre Herubel** — Team-led content strategy, content pillars 2026
- ✓ **Brynne Tillman** — social selling, profile-as-landing-page

Frameworks fondateurs





Bob Moesta — Jobs-to-be-Done framework, switch interviews, 4



for progress



Eugene Schwartz — 5 niveaux de maturité (Breakthrough Advertising)



Freedman & Fraser (1966) — Foot-in-the-door / Yes Ladder



Anthropic — documentation officielle Claude prompt engineering (docs.anthropic.com)

Sources de benchmarks 2025–2026



[Buffer — Best Time to Post on LinkedIn \(4,8M posts analysés\)](#)



[AuthoredUp — LinkedIn Algorithm 2026](#)



[Hootsuite — LinkedIn Algorithm](#)



[Socialinsider — LinkedIn Benchmarks 2026](#)



[PostNitro — LinkedIn Carousel Engagement Stats 2025](#)



[Outreaches — Cold Outreach Benchmarks](#)



[Expandi — State of LinkedIn Outreach H1 2025](#)



[Distribution.ai — LinkedIn Algorithm](#)

Pour les frameworks marketing classiques (4U, AIDA, BAB, PAS) :
copywriting tradition, sources nombreuses.

Et maintenant ?

Plan d'action 30 jours :



1. **Semaine 1** : audit ton profil avec les prompts 6.6.1 et 6.6.2. Optimise



2. **Semaine 2** : choisis 3 prompts d'idéation (catégorie 1) et génère 15 sujets. Filtre les 5 meilleurs.

3. **Semaine 3** : écris 5 posts en utilisant les prompts hooks (catégorie 2) et structure (catégorie 3). Publie 3.

4. **Semaine 4** : pour chaque post publié, applique les prompts qualification commentaires (catégorie 5) et envoie les DM (catégorie 4).

Mesure à J+30 : combien de DM envoyés, combien de calls bookés, combien de pipeline ouvert.

Si tu galères sur un prompt ou que tu veux me partager tes résultats — je suis sur LinkedIn et je lis tous mes DM. Le but de ce guide n'est pas de remplacer un commercial, c'est de te donner les briques pour construire ton propre système.

Bonne idéation. 🎯

