

# Hugo BENTZ

**Comment passer de 0 à +25K abonnés en 1 an  
et construire une Personal Brand qui déboîte**



# QUI SUIS-JE ?

Hugo Bentz - 35 ans - Bordelais  
Multi-entrepreneurs depuis 2010.

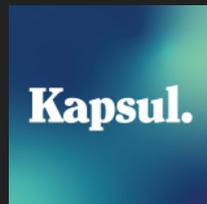
6 sociétés à + de 1M€ de CA dès la 1ère année.

Pour télécharger tous mes contenus : [www.leplongeur.co](http://www.leplongeur.co)

Co-fondateur du Startup Studio LaChapelle.com depuis août 2022.

Pour suivre cette nouvelle aventure >>> [www.lachapelle.club](http://www.lachapelle.club)

On prend Rdv ? 🖱️ <https://bit.ly/3iOLIEY>



# PRENDRE RDV AVEC MOI ?

C'est par ici 🖱️ <https://bit.ly/3iOLIEY>

LA MACHINE

## HUGO BENTZ

6 sociétés à + 1 Million de Chiffre  
d'Affaires en moins de 6 ans

ON SE CONNECTE ? →



# LA CHAPELLE

LE NOUVEAU STARTUP STUDIO - *Founders Paradise* - [www.lachapelle.club](http://www.lachapelle.club)

S'inscrire à la Newsletter : <https://lachapelle.substack.com/>



# Ce playbook a été produit en collaboration avec Wimbow.

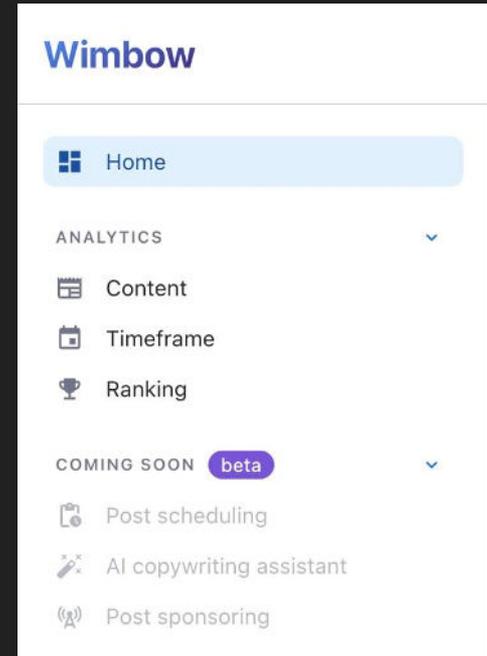


Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

La mission de Wimbow est simple : t'aider à gérer et optimiser ta présence sur LinkedIn.

Tu pourras :

- 1 - **Planifier** et publier tes contenus plus efficacement
- 2 - **Analyser** et suivre tes performances pour comprendre ce qui fonctionne le mieux et adapter ta stratégie en conséquence
- 3 - **Gérer** ta réputation en ligne
- 4 - **Gérer** ta relation avec tes prospects



# Ce playbook a été produit en collaboration avec Wimbow.

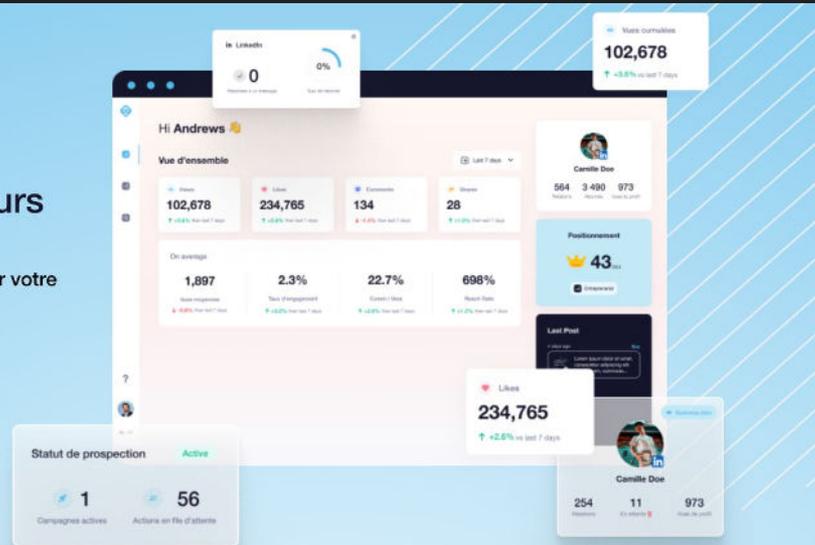


Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow, ton futur Social Media Manager LinkedIn. [clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

Le 1er **social media manager** destiné à LinkedIn et ses créateurs de contenus.

Analyse, Inspiration et Planification de post pour optimiser votre marque personnelle.

REJOINDRE LA BÊTA GRATUITE →



Si vous aimez LinkedIn, vous allez adorer **Wimbow** ❤️

**Wimbow** ❤️

# Pourquoi LinkedIn est une (bonne) opportunité ?

## Quelques chiffres :

- 875M de membres,
- 25M en France 🇫🇷
- 500k d'entreprises enregistrées,
- 2M de publication par jour
- Moins de 2% des membres partagent du contenu sur *LinkedIn* (stat très sérieuse)



**C'est donc une putain d'opportunité (gratuite) !**

# SOMMAIRE

**#1** : Pourquoi écrire sur LinkedIn

**#2** : Optimiser son profil  
LinkedIn

**#3** : Trouver sa singularité

**#4** : Choisir ses thématiques

**#5** : Mettre en place une routine

**#6** : Jouer avec l'algo de  
LinkedIn

**#7** : L'art du copywriting

**#8** : Les accroches et la  
structure des post

**#9** : Call to action et Lead gen

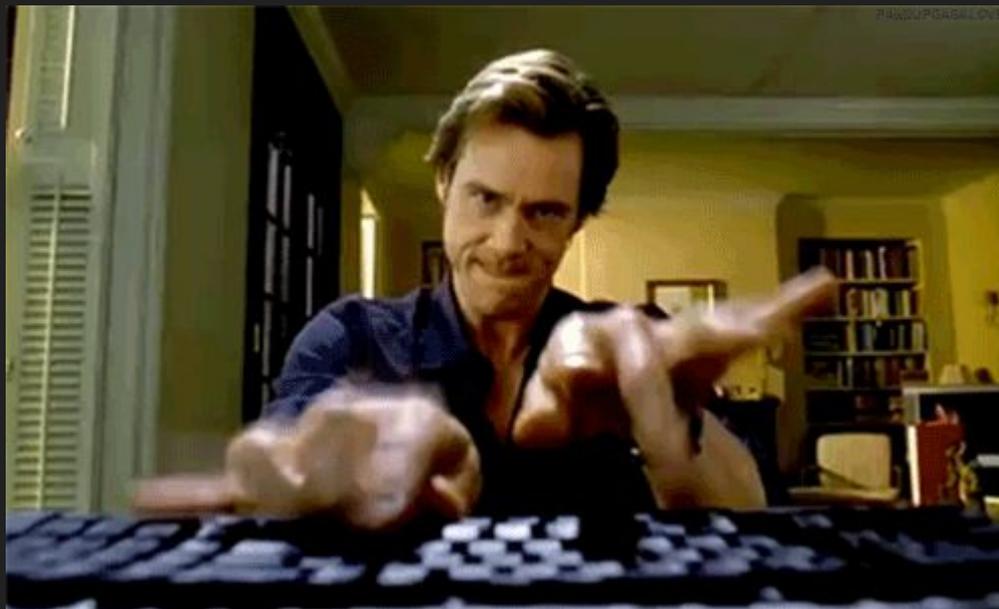
**#10** : L'entonnoir de Conversion





Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #1 Pourquoi écrire sur LinkedIn ?





Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

Si tu cherches des bénéfices  
à très court terme :

Passes ton chemin. 😅



Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #1 : Pourquoi écrire sur LinkedIn ?

Avant tout : Quel est ton objectif prioritaire ?

Vente en direct ? Bâtir ton autorité et gagner en crédibilité ? Avoir + de visibilité ? Ou simple Egotrip ?



**1 - Vendre**



**2 - Crédibilité**



**3 - Visibilité**



**4 - Egotrip**



Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #1 : Pourquoi écrire sur LinkedIn ?

**LinkedIn** est la plus grosse base de données prospects au monde.

Attention à ne pas tout miser sur une simple *Content Strategy LinkedIn*.

Mon conseil est de mener de front :

- Une Stratégie de contenu ROIste pour favoriser l'Inbound
- Tout en maintenant une stratégie marketing féroce d'Outbound (macro & micro)





Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #2 Optimiser son profil LinkedIn





Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# PENSE TON PROFIL LINKEDIN COMME UNE PAGE DE VENTE.



# #2 : Optimiser son profil LinkedIn

**Pense à ton profil comme une page de vente : Tu dois travailler ta vitrine.**

- Ton profil : c'est ta preuve sociale,
- C'est l'étape 1 de ton Funnel de conversion,
- Met en avant ta singularité,
- Et ton *unfair advantage*.

**Mes résultats après 1 an de partage de contenus :**

- *1M de views sur mes Post ces 30 derniers jours,*
- *+30K visites de mon profil ces 90 derniers jours*
- *soit +300 visites de mon profil chaque jour.*





Sponsorisé avec ❤️ par Wimbrow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #2 : Optimiser son profil LinkedIn

Quelques éléments de mon Profil :

<https://www.linkedin.com/in/hugo-bentz/>

- Photo portrait (coupé au niveau des épaules)
- Couleur de fond pour attirer l'œil.
- Titre / dans mon cas : promesse (ce que tu apportes et à qui tu t'adresses) :

Mon actu + ma passion + mon track record + 1 autres facette de mon personal branding (Business angel)

- Un lien vers mon site : [LaChapelle.club](#) ❤️
- Une bannière personnalisée mettant en avant ce que je veux incarner. En ce moment : c'est mon Startup Studio *La Chapelle*.



Sponsorisé avec ❤️ par Wimbrow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #2 : Optimiser son profil LinkedIn

Plan d'action pour travailler ta vitrine :

- 1 - Définir sa charte graphique (avec Canva par ex.)
- 2 - Définir sa baseline (qui résume clairement ce que tu fais + ta proposition de valeur)
- 3 - Rassurer avec des éléments de crédibilité (track record / social proof)
- 4 - Finir avec un Call-to-action (Rdv calendly, page de vente, chaîne Youtube) :

**Analyse et outils**  
Impressions du post – 7 derniers jours **248 584** ▲6,5%

**HUGO BENTZ**  
LE NOUVEAU STARTUP STUDIO.

**Hugo Bentz**  
CEO @ La Chapelle 🏠 (Startup Studio) - Padel lover 🎾 - Seed Investisseur 🚀 - 1M views /m 💙 - 6 sociétés à +1M€ CA 🌍

Bordeaux et périphérie · [Coordonnées](#)  
[La Chapelle, Start-up Studio](#) 📄  
29835 abonnés · Plus de 500 relations

Mes objectifs · Ajouter une section au profil · Plus · Add to folk



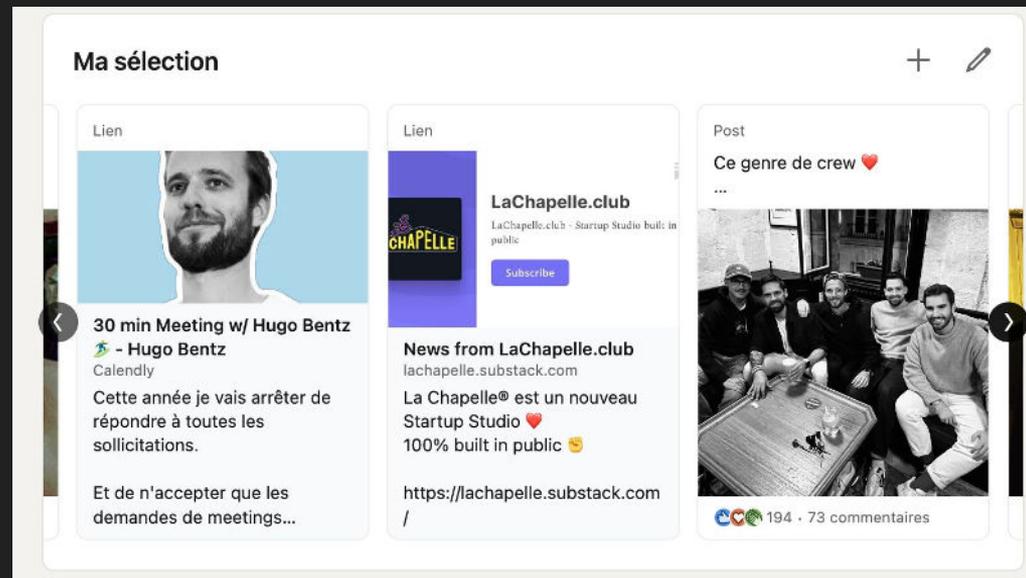
# #2 : Optimiser son profil LinkedIn

Plus bas > Mettre une sélection :

1 - Dans mon cas : j'ai mis 3 liens vers mon Calendly, la Newsletter La Chapelle et le Post genèse de La Chapelle.

2 - Mais je te conseille aussi d'y mettre un lien vers ta page de vente / Chaîne Youtube ou autre !

3 - C'est un véritable outil de Call to Action pour toi !





# #2 : Optimiser son profil LinkedIn

La Bio : souvent trop sous-côtée alors que c'est l'endroit où tu peux mettre le + de contenus (pense ton profil comme une landing page de vente) :

- 1 - Paragraphe d'accroche : c'est ton hook, comme pour tes Post LinkedIn
- 2 - Rappel ta backstory / track record
- 3 - Présente ton actu / projet (clarté, brièveté et crédibilité)
- 4 - Call to action (mail / lien landing / lien Calendly pour demande de Rdv)

### Infos

Je m'appelle Hugo Bentz, Bordelais passionné d'entrepreneuriat, d'organisation et de sales 🧯  
Depuis 12 ans, j'ai pu co-fonder 6 sociétés qui font +1M€ de CA 🚀

Building LaChapelle.club. Start-up Studio.  
Founders Paradise build in public.  
[www.lachapelle.club](http://www.lachapelle.club)

Un projet ?  
Écris-moi à [hugo@lachapelle.club](mailto:hugo@lachapelle.club)

Track record :

- 🏭 Une usine spécialisée dans le dropshipping. (LA PISCINE - 2015),  
CA annuel : +4M€  
Liquidation judiciaire en 2019.
- 🏢 Une société qui designe la Culture des entreprises. (KYMONO - 2017),  
CA annuel : +10M€
- 🎓 Une société déjà leader sur son marché étudiant (KERMESS - 2018),  
CA annuel : +3M€
- 👗 Une société qui crée des collections textiles clé en main pour la GSA/GSS (KAPSUL - 2019)  
CA annuel : +3M€  
Exited in 2022.
- 🌐 Une société spécialisée dans le sourcing textile & accessoires (ARAOK - 2019)  
CA annuel : +1,5M€
- 🏢 Une agence d'accompagnement, de création et de distribution pour les marques (LE PLONGEOIR - 2015)  
CA annuel : 750K.

J'aide désormais les entrepreneurs dans leurs problématiques :

- D'exécution : comment passer rapidement de 100K à 1M€ de CA annuel.
- Sales et distribution GSA/GSS,
- D'organisation et gestion de leur temps.

Télécharge mes Playbooks ici 📄 <https://www.leplongeoir.co/>

Ça te parle ?

Tu sais ce qu'il te reste à faire 🧯📄  
Prends Rdv : <https://bit.ly/3CPpfhK>



Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #3 Trouver sa singularité





Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# CHELOU IS THE NEW NORMAL.



# #3 : Trouver sa singularité

A quoi pensent les gens quand ils entendent votre nom ?

Dans mon cas : j'ai accentué sur "Le mec qui a co-fondé 6 boîtes à +1M€ dès la 1ère année"

3 piliers pour ta marque personnelle :

- 1 - Tes compétences
- 2 - Qui es-tu ? (Personnalité)
- 3 - Tes intérêts

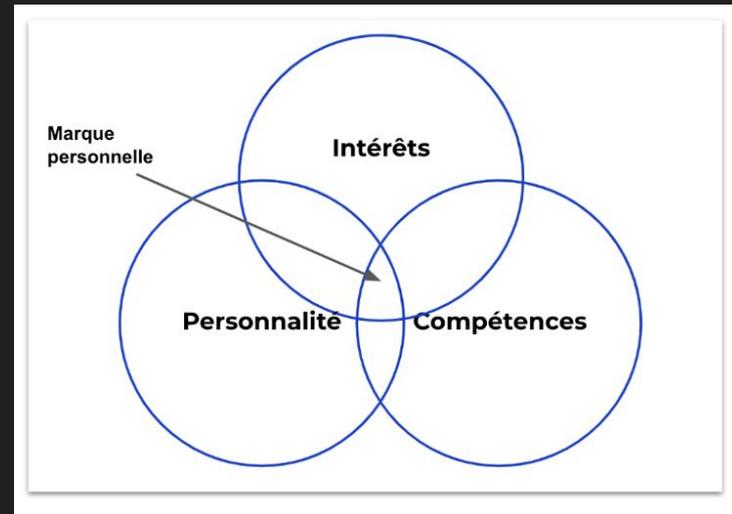
**C'est sur ces 3 sujets que tu vas communiquer.**

Parler de ton job et de tes compétences te donne de la crédibilité et le **statut d'expert**.

Parler de tes intérêts et passions :

Cela te donne un côté **authentique**

Parler de tes valeurs, ton histoire te donne un côté **humain** dans lequel on va s'identifier et t'apprécier.





Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #3 : Trouver sa singularité

## Tes compétences :

Pourquoi qqn aurait envie de bosser avec toi ?

—> parce qu'on t'aime bien ou parce que t'es un expert dans ton domaine ?

Construire une image d'expert :

Tes prospects doivent te voir régulièrement

Le défi de tes contenus ?

Répondre aux problématiques de tes clients



# #3 : Trouver sa singularité

Tes posts doivent avoir un de ces 3 objectifs :

## 👉 Divertir

LinkedIn is the new Facebook avec un algorithme qui permet de toucher des gens qui ne font pas partie de ton réseau.

Les posts divertissants te permettent d'élargir ton public en misant sur la viralité.

J'ai posté une vidéo avec 3 lignes, résultat 3000 likes et 570 000 impressions.

## 👉 Instruire

Apprendre des choses à tes lecteurs est un cercle vertueux

Avec les commentaires des experts de ton secteur tu vas toi-même apprendre de nouvelles choses

Et les questions de ton audience vont te donner de nouvelles idées de posts.

## 👉 Inspirer

Permet de créer un lien et une empathie entre toi et ton audience. En te livrant, les gens découvrent ta réelle personnalité et seront enclins à engager une conversation qui sera peut être un déclencheur d'opportunités.



# #3 : Trouver sa singularité

Qui es-tu ?

Dans mon cas j'ai accentué sur :

- J'ai un track record (6 boîtes à + d'1M)
- Mais j'ai aussi violemment viandé une boîte qui faisait 4M€ de CA (background)
- Je suis un Starter et non un Scaler avec une bonne expertise Sales
- J'aime transmettre et recevoir du savoir
- J'aime l'organisation et la productivité
- J'écris comme je parle / assez brut de décoffrage

Chacun de ces piliers peut être volé par pleins de personnes  
Mais mis bout à bout : **ce cocktail est propre à ma marque personnelle.**  
C'est ce qui m'identifie

On a des compétences mais on est aussi un personnage.  
L'audience doit les connaître et aimer les deux.

*Important : Ne pas avoir peur d'être jugé / d'être clivant.*





Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #4 Choisir ses thématiques





Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

Si tu postes en  
**vendant** ta came,  
c'est **perdu**  
d'avance.



# #4 : Choisir ses thématiques

## DÉFINIR TON FUNNEL (Méthode **TOFU - MOFU - BOFU**)

1 - Sujets **Top-of-funnel (TOFU)** : thématiques mainstream et qui va parler à beaucoup de monde (exemple : bien-être au travail) - sujets qui te tiennent à coeur :

> Les posts Top-funnel génèrent de la **visibilité (trafic)**

2 - Sujets **Middle-of-funnel (MOFU)** : thématiques plus spécifiques liées à ton domaine d'activité (entrepreneuriat, sales growth marketing, productivité, organisation).

> Les posts Middle-funnel génèrent de la **crédibilité (auprès de vos pairs)**

3 - Sujets **Bottom-of-funnel (BOFU)** : thématiques de niche pour forger ton expertise / autorité dans un domaine : ici tu t'adresses à ton client idéal.

> Les posts Bottom-funnel génèrent de la **légitimité (auprès de vos clients)**





Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #5 Mettre en place une routine





Sponsorisé avec ❤️ par Wimbrow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

**IL FAUT 3 MOIS POUR  
METTRE EN PLACE UNE  
NOUVELLE ROUTINE.**



# #5 - Mettre en place une routine

## Établir un planning éditorial : fixe le rythme !

- Combien de post par semaine ? Pas la peine de t'imposer d'en poster 1 par jour : commence par 2 par semaine. Puis monte à 3. Etc...
- Exécuter et répéter : la récurrence sur la durée est la clé.
- Dès lors : tu deviens "Top-of-mind"

## Engage la conversation avec les personnes qui commentent :

- Aller commenter les autres post quotidiennement.
- Engager en DM avec ton audience
- Nouer des liens avec d'autres créateurs
- Vous allez vous envoyer mutuellement du trafic





# #5 - Mettre en place une routine

## Exemple de Framework : Les 5 tâches que tu dois faire chaque jour

- 1- Commenter 5 posts par jour au minimum.
- 2- Publier 2 posts grand minimum par semaine, idéalement 3 (1 TOFU, 1 MOFU, 1 BOFU).
- 3- Engager avec ton audience en DM.
- 4- Élargir ton audience en contactant des profils ciblés.
- 5- Noter toutes tes idées dans un backlog (Note centralisée sur Notion pr exemple)



## #5 - Mettre en place une routine

Conseil : perso j'ai un **système de note centralisée** sur Note où je note :

- toutes mes idées d'accroches,
- toutes mes idées de sujets.
- classés par thématique

Les idées peuvent arriver à n'importe quel moment de la journée donc si tu ne les notes pas, tu les oublieras.

		LKD - ORGA	13
		LKD - ENTREPRENEURIAT	57
		LKD - LA CHAPELLE	23
		LKD - LINKEDIN	17
		LKD - LIGHT	28
		LKD - SPONSO	8



## #5 - Mon conseil bonus

Il n'y a pas UNE bonne méthode. Tu dois en tester plusieurs. Voici 3 exemples :

- 1 - Prend une journée par semaine pour rédiger ses 10 posts LinkedIn hebdomadaires. Il a toujours 30 posts d'avance en stock.
- 2 - Ou au fil de l'eau / tous les jours : c'est toi qui choisis ton sweet spot.
- 3 - Ou tu te bloques 2 créneaux de 1h : 2 fois dans la semaine, quand tu veux dans la journée, pour écrire.





# #5 - Mon conseil bonus

## Pour résumer :

- 1- 3 mois. C'est le temps qu'il faut pour créer une nouvelle habitude
- 2- Une priorité devient une vraie priorité au moment où elle est dans ton agenda.
- 3 - Ce n'est jamais une question de temps, mais toujours une question de priorité (autrement dit : si on en est capable, alors toi aussi).
- 4 - Apprends à aimer le process avant d'aimer le résultat.
- 5 - Trouver sa routine c'est avant tout l'inscrire dans son agenda (écrire le matin, et en début de semaine, c'est quand même le must).
- 6 - Facilite ta nouvelle habitude et ta créativité avec un système de notes centralisé et un swipe file.



Sponsorisé avec ❤️ par Wimbrow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# LINKEDIN : UN OCÉAN DE PROSPECTS



*Comment j'utilise Notion dans ma création de contenu LinkedIn :*

Étape 1 : J'ai déterminé 6 types de thématiques dans Notion :

- 1 - Organisation
- 2 - Entrepreneuriat
- 3 - LaChapelle.club
- 4 - LinkedIn
- 5 - Light
- 6 - Partenaires





# LINKEDIN : UN OCÉAN DE PROSPECTS



## Comment j'utilise Notion dans ma création de contenu LinkedIn :

**Étape 2 :** Je place mes posts terminés dans mon planning 1 fois par semaine. Et j'essaie ainsi d'avoir toujours 2 semaines de contenu d'avance ! Enfin c'est ma virtual assistant [Maddalena](#) qui les poste tous les matins et répond aux commentaires. C'est simple 🙌



Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# LINKEDIN : UN OCÉAN DE PROSPECTS



## Planification LinkedIn

17 Mon agenda LinkedIn → [https://drive.google.com/drive/u/3/folders/1107V\\_rwky-UFdlk0jdTEyVevm8KwSdx5](https://drive.google.com/drive/u/3/folders/1107V_rwky-UFdlk0jdTEyVevm8KwSdx5)

Calendar Mes prochains posts Vue à 15 jours

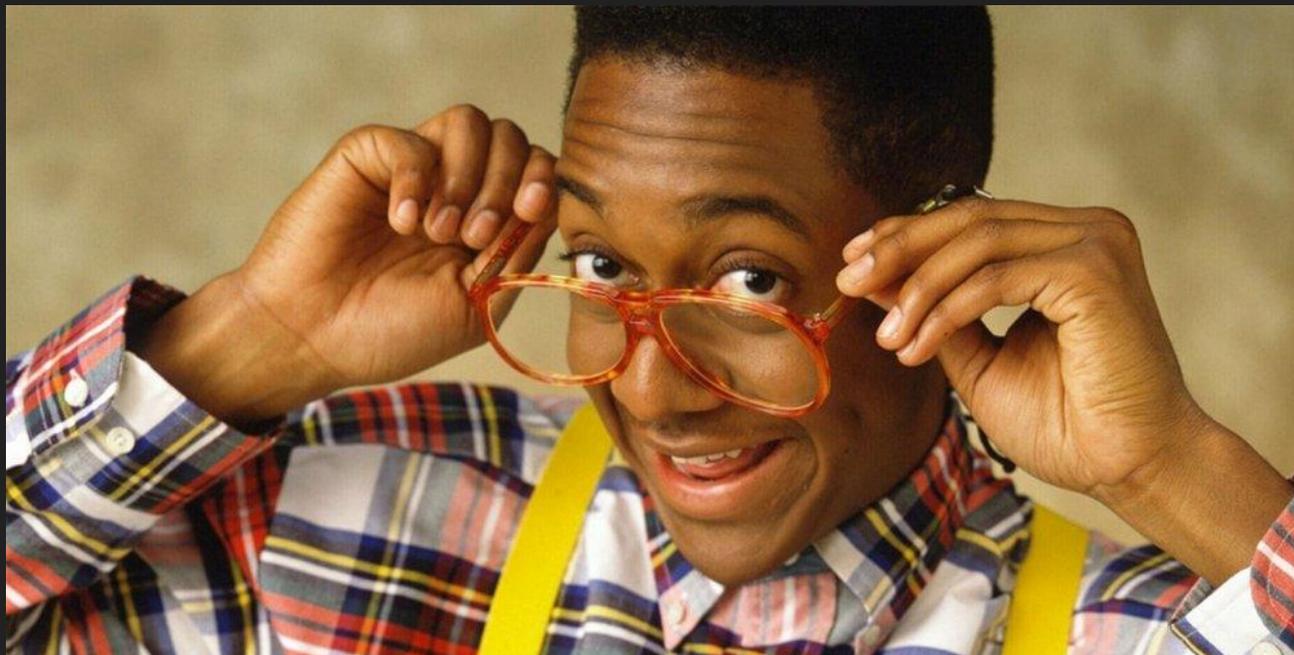
February 2023 < Today >

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
29 Disney Map	30 Les tools payants 2	31 Les OKR #2 1	Feb 1 Fok #4 1	2 Louis Uguen 2	3 L'influence BtoB s... 1	4 Mon plus gros défaut est ...
5 Marge ou crève.	6 La chance 1	7 Simon Pétreau - ... 3	8 Derrière entrepre... 1	9 Si je devais donne... 1	10 Pour commencer, ... 1	11 Post non sponso par s...
12 On est en 2023 et tu sou...	13 Notion 1	14 Ma star c'est Blon... 2	15 Padel 1	16 Playbook Sales 1	17 Cortez Story 1	18 Mail d'accroche RH 1
19 J'suis pas un génie, donc...	20 The Game - Parad... 2	21 80% de ce que l'o... 1	22 La valeur du « Give Fir...	23 Waiting List Co-w... 1	24 Il paraît qu'on pourrait tr...	25 It's all about your Team ❤️
26 viens on l'a fait	27 Crée du contenu avec ton...	28 Immo	Mar 1 Entreprendre est le meill...	2 En phase d'amorçage voi...	3 De 0 à 100K.	4 Perso j'ai adoré le confin...



Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #6 Jouer avec l'algo de LinkedIn





# #6 Jouer avec l'algo de LinkedIn

Quand vous faites un post, LinkedIn va d'abord le montrer à un tout petit échantillon et mesurer deux choses :

- 1 - **L'engagement** : le nombre de likes et de commentaires
- 2 - **Le dwell time** : le temps que les gens passent sur votre post

Très rapidement, l'algorithme va attribuer un score à votre post avec ces deux données.

**Si votre score est bon** : LinkedIn montre votre post à un deuxième échantillon plus large cette fois-ci.

À l'inverse, dès que le score tombe, l'algorithme en déduit que le post n'est pas intéressant et arrête de le montrer.





Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #6 Jouer avec l'algo de LinkedIn

En gros le robot de LinkedIn fonctionne comme ça et ça se passe en 4 étapes : 🙌

**Étape 1 : Tu publies ton post**

**Étape 2 : Il analyse ton post**

LinkedIn va checker la sémantique de ton post, son sujet, le format de ton visuel, tes tags et hashtags pour se faire une idée de son potentiel.





Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #6 Jouer avec l'algo de LinkedIn

## Étape 3 : Il passe en mode test

Ensuite il va montrer ton post à une petite partie de ta communauté. Par exemple si sur 100 personnes, 30 likent ton post.

LinkedIn se dit "OK ! Je vais le montrer à 1000 personnes puis 10 000 personnes..."

## Étape 4 : Il propulse ton post

Pour l'algorithme, ce qui compte le plus c'est le dwell time (= le temps que ton lecteur passe sur ton post). Ensuite viennent les commentaires puis les likes.





# #6 Jouer avec l'algo de LinkedIn

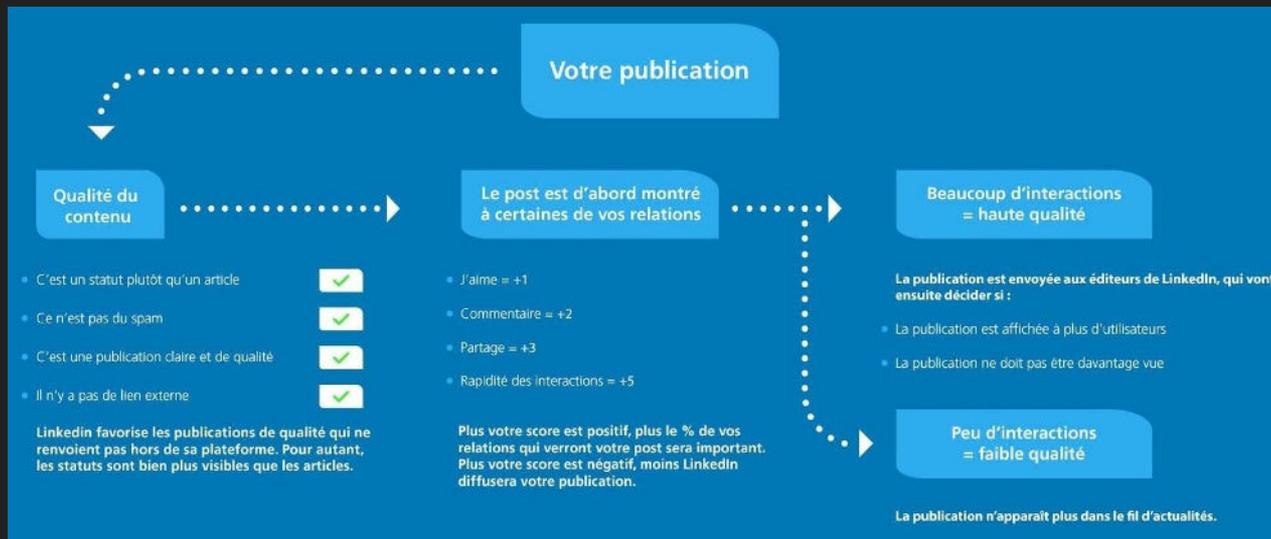
Si on devait compter les points, cela donnerait ça : 🙌

- Le Dwell time : + 5 pts
- Les commentaires : + 3 pts
- Les Likes : + 2 pts
- Les partages : 0 pt





# #6 Jouer avec l'algo de LinkedIn



Source : <https://www.syril.fr/comment-publier-sur-linkedin/>



Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #6- Jouer avec l'algo de LinkedIn

## 2 derniers conseils :

- Engage rapidement la conversation avec les personnes qui commentent tes Post
- Crée toi un **CREW** sur le réseau : vous allez naturellement vous entraider et donner de la force à vos post respectifs



Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #6- Jouer avec l'algo de LinkedIn

## Focus Stratégie Avengers (Cimer Grégoire G.)

- 1 - Quand plusieurs membres de ton équipe se mettent à poster dans une stratégie globale de création de contenu sur LinkedIn.
- 2 - Les gens n'aiment pas les marques sur LinkedIn
- 3 - Il y a très, très peu de pages entreprises qui cartonnent.
- 4 - Bien sûr, c'est important de publier sur votre page entreprise, mais vous n'allez pas tout exploser avec ça :/
- 5 - Il faut publier depuis votre compte perso. Sinon, pas de salut.
- 6 - Il vous faudra incarner votre marque tout en gardant votre individualité.
- 7 - Et il faut que plusieurs personnes de votre team le fassent, chacun avec leur propre stratégie.
- 8 - Venez poster / interagir sur vos posts respectifs.





Sponsorisé avec ❤️ par Wimbrow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #7 L'art du Copywriting





Sponsorisé avec ❤️ par Wimbrow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

TU ÉCRIS POUR DES GENS,  
PAS POUR UN  
ALGORITHME.



Sponsorisé avec ❤️ par Wimbrow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #7 - L'art du copywriting

C'est le fait de transformer tes mots en euros d'écrire des mots qui font passer ton lecteur à l'action

Le copywriting c'est l'art de vendre avec des mots.

Tout le travail avant l'écriture :

Connaître son persona / sa cible

- 1 - Spy les internets et documente
- 2 - Récolte de la donnée
- 3 - Affiner ces données

**La règle des 3x1**

- 1 idée par post
- 1 info par phrase
- 1 fonction par mot



La concision, l'efficacité et la structure de tes posts vont faire TA FORCE.



# #7 - L'art du copywriting

## **VA À L'ESSENTIEL ET NE TE JUSTIFIE PAS.**

Tout élément qui n'est pas nécessaire à 100% doit être enlevé.

Ça peut concerner un mot, une idée ou une phrase.

Ils polluent la bonne compréhension du texte et ajoutent une charge cognitive inutile à ton lecteur.

## **3 mots d'ordre : clarté, sincérité, transparence**

- Clarté. Tu dois pouvoir résumer ton propos en une phrase.

- Sincérité. Tu n'es pas ici pour jouer un rôle. Sois toi-même.

- Transparence. Présente tes idées telles qu'elles sont. Sans artifice. Il y a un énorme premium à l'authenticité.

## **Un post n'est pas une dissertation**

T'es plus à l'école mon pote

Tu es là pour exprimer un point de vue.

## **Écris comme tu parles et mets du rythme.**

Ton style sera plus fluide, plus simple et plus intelligible. Tes idées seront mieux comprises. La proximité avec ton audience sera plus aisée.





Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #7 - L'art du copywriting

Il y a 4 types de contenus pour inciter les gens à te suivre :

- 1 - Les posts inspirationnels
- 2 - Les posts éducatifs
- 3 - Les posts divertissants
- 4 - Les post informatifs

Ils ont un but commun : augmenter ta visibilité et ton nombre d'abonnés.

Ce sont souvent des post plutôt TOFU.



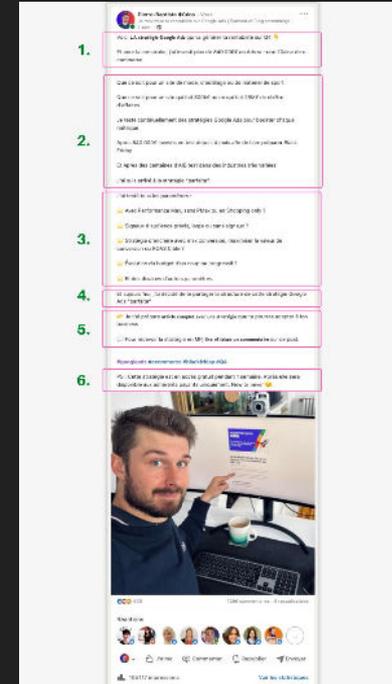
# #7 - L'art du copywriting

Voici un Framework que j'ai piqué à la talentueuse [Valentine Sauda](#) (la boss de LinkedIn) que je t'invite à suivre [ici](#) :

**1 - La phrase d'accroche** → PB est catégorique, tutoie et apporte un chiffre marquant dès la 2e ligne. Bingo, je clique sur "voir plus".

**2 - L'agitation** → là tu comprends qu'il y a une réelle urgence à être rentable, il crédibilise son propos pour te donner l'envie de connaître sa solution.

**3 - L'apport de valeur** → l'auteur te montre qu'il est rodé, qu'il a de l'expérience et t'intègre dans son discours car tu as sûrement déjà testé ces techniques.





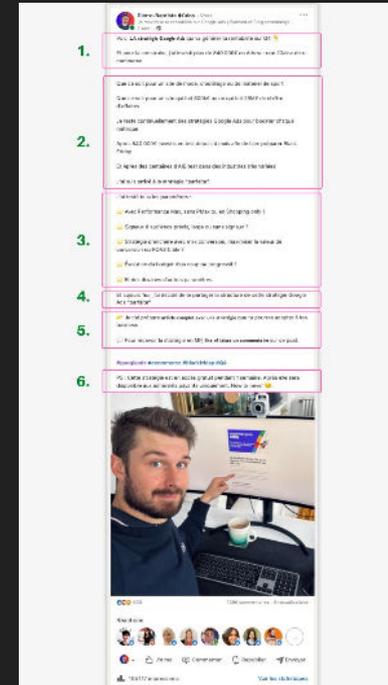
# #7 - L'art du copywriting

Voici un Framework que j'ai piqué à la talentueuse [Valentine Sauda](#) :

**4 - La légitimité** → PB ne se pose pas la question, il affirme qu'il a la solution. S'il avait ajouté un "peut-être" ou "haha j'espère" ça n'aurait pas été aussi puissant.

**5 - L'appel à l'action** → clair net et précis, tu comprends rapidement l'action à faire pour obtenir la valeur proposée.

**6 - Le FOMO** → Fear Of Missing Out ou la peur de manquer quelque chose, ce biais cognitif permet de créer un sentiment d'urgence : tu commentes immédiatement.





Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #8 Les accroches et structures des Post





Sponsorisé avec ❤️ par Wimbrow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# Write powerful Hooks or die trying.



# #8 - Les accroches et les structures des Post

## 1 - Accroche :

3 lignes sur mobile, 5 ligne sur Desktop

> **Un postulat simple, clair et clivant**

## 2 - Objectifs :

Interrompre la mécanique de scroll machinal  
Jamais une question > Toujours une affirmation

## 3 - Un Call-to-click :

Objectif : Rendre inévitable le clic sur “Voir plus...” en l’invitant explicitement.

## 4 - Structure ton propos

Commence par une accroche forte et intrigante.  
Continue avec un développement, instructif, divertissant et inspirant.

Fais toi kiffer avec quelques emojis 😊

Finis sur un punchline ou Appel-à-l’action engageant.

## 5 - Des phrases courtes

Les points rythment ton propos. Ils créent de la musicalité. Jalonnent tes idées. À l’inverse, une phrase trop longue les noie.

Deux règles à suivre :

- Des phrases de 10 à 12 mots maximum
- Pas plus de 2 virgules par phrase.



# #8 - Mes conseils bonus

- 1 - Aère tes post
- 2 - Saute de lignes
- 3 - Structure tes post pour  
Que chaque ligne donne envie d'aller lire la suivante
- 4 - N'aie pas peur de faire un Post clivant pour créer des réactions
- 5 - RAF des haters - ils augmentent ton reach



# #9 Call to Action (CTA) & Lead Gen

When you read through a whole piece of content only to discover there's no call-to-action





Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

Ok,  
it's free content but... 🤔



Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #9 - Call to Action & Lead Gen

Le but est de faire faire quelque chose à quelqu'un qui n'est pas dans la même pièce.

Par exemple :

- Le faire cliquer sur un bouton
- Le faire s'inscrire à un webinar
- Le faire commenter/ liker ta publication
- Le faire acheter ton produit



# #9 - Call to Action & Lead Gen

## Exemple de Call to Action & Lead Gen :

- Une accroche forte “*Je ne suis pas le plus futé de la bande*”
- Un tournant : “*Pourtant*”
- Un storytelling / *Track record*
- Une *promesse* de partage gratuite
- Une *proposition de valeur* claire
- Un *CTA* pour obtenir un commentaire

**Résultat : +2 000 commentaires**

(Lien : <https://bit.ly/3hW5ZYg>)

The screenshot shows a LinkedIn post by Hugo Bentz, founder of LaChapelle.club. The post is written in French and follows a specific structure: a hook, a pivot, a track record, a promise, a value proposition, and a call to action. The post has received 2,113 comments and 3 shares.

**Hugo Bentz** · Vous  
Building LaChapelle.club (Start-up Studio) 🌱 | 6 sociétés B2B à +1M€ d...  
8 mois · 🌱

Je ne suis pas le plus futé de la bande.

Pourtant :

Tous mes projets font +1M de CA dès la 1ère année.

Et il y en a déjà eu 6.

En moins de 7 ans.

Pourquoi ce résultat ?

Simplement parce que j'ai la bonne méthode d'exécution.

Et j'ai envie de la partager.

Gratuitement.

Donc si t'es chaud,

Lâche un 🌱 ou un 🍌 ou même un 🧑 en commentaire.

Et je t'enverrai mon Playbook !

Simple 🌱

Ps : Et donne un Like ❤️ pour la force.

👤 Nicolas Rôaud et 1 323 autres personnes 2 113 commentaires · 3 partages



## #9 - Call to Action et Lead Gen

Ensuite

Comment contacter les 2000  
personnes qui ont commenté :

- Perso j'utilise le tool **Waalaxy**
- Avec la séquence *Elysium 3.0*





# #9 - Call to Action et Lead Gen

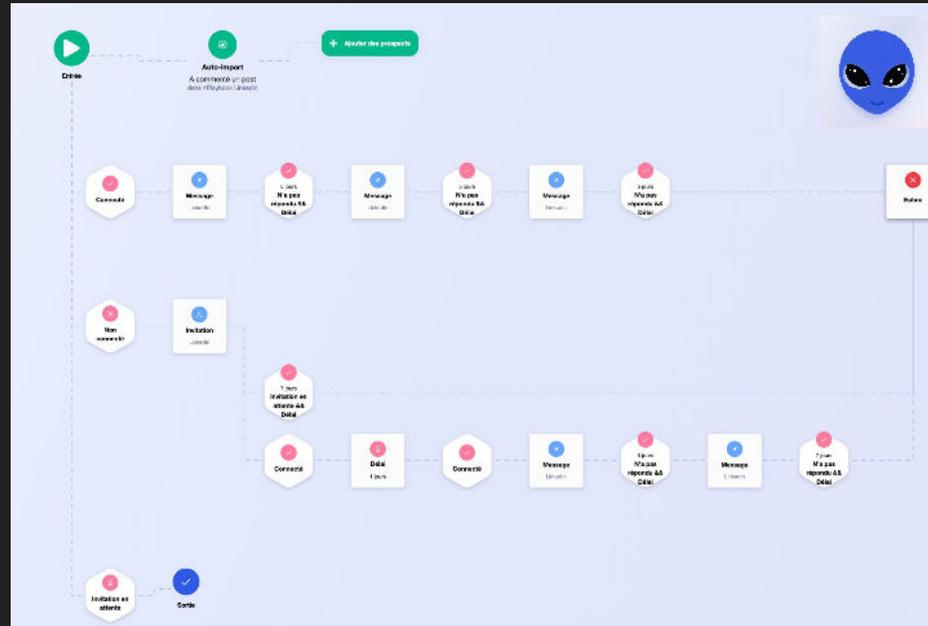
## Exemple Message 1 :

Hello,

Merci d'avoir commenté mon Post  
"Plus tu donnes, plus tu reçois".  
Bien entendu, je n'ai pas encore écrit  
une ligne du Playbook « Comment  
passer de 0 à +20k abonnés en 1 an  
et construire une Personal Brand qui  
déboîte ».

Je suis dessus. Il sera envoyé début  
Octobre sans faute ! 🤖

We are La Chapelle ❤️





# #9 - Call to Action et Lead Gen

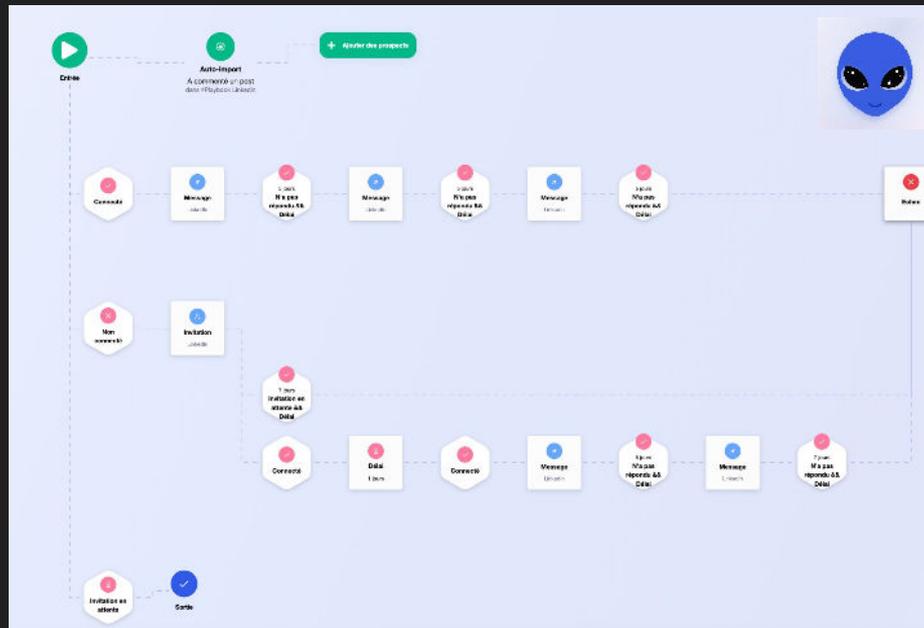
## Exemple Message 2 :

*Hello,*

*Comme convenu, tu peux aller télécharger gratuitement mon Playbook "XXXX" sur : [www.leplongeur.co](http://www.leplongeur.co).*

*Hâte d'avoir tes feedbacks :)*

*We are La Chapelle ❤️*



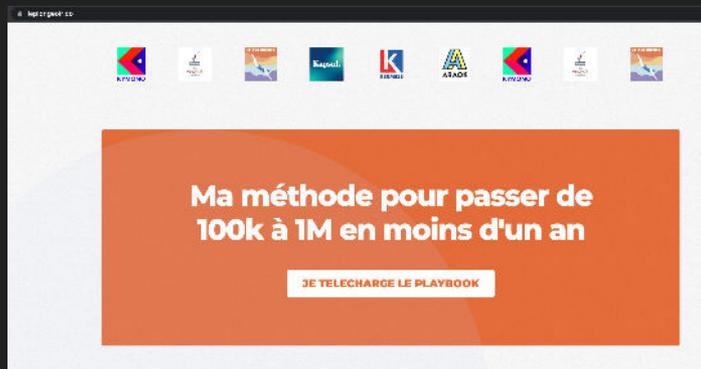


Sponsorisé avec ❤️ par Wimbrow,  
ton futur Social Media LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #9 - Call to Action et Lead Gen

J'envoie ensuite la personne vers le site [www.leplongeur.co](http://www.leplongeur.co) (créé par la Team [OCTOLIO](#) ❤️).  
Et → téléchargement gratuit contre Lead Gen.

Et voilà 🕶️



Une dernière étape !

et c'est à vous

Nom  Prénom

Société

Email

JE TÉLÉCHARGE



Sponsorisé avec ❤️ par Wimbrow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

## #9 - Call to Action et Lead Gen

Pour aller plus loin :

[https://blog.waalaxy.com/  
appel-a-laction-sur-linkedi  
n/](https://blog.waalaxy.com/appele-a-laction-sur-linkedin/)





Sponsorisé avec ❤️ par Wimbrow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #10 L'entonnoir de Conversion





Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

**La vérité sur LinkedIn,  
c'est qu'on achète pas à ceux qui  
vendent.  
On achète à ceux qui donnent.**



Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #10 - L'entonnoir de conversion

**Étape 1** : Attirer l'internaute.

Tu vas devoir donner du contenu. Beaucoup de valeur ajoutée. Souvent. Gratuitement.

**Étape 2** : Avoir le bon Copywriting

**Étape 3** : Choisis le bon CTA (Call-to-Action)

**Étape 4** : Le jour où l'internaute aura un besoin correspondant à ton domaine de compétence, tu peux être certain qu'il t'appellera en 1er.

Et mieux encore, ton autorité perçue te permettra de pratiquer les prix que tu juges à la hauteur de ton expertise.

*Bon tout ça c'est pour la théorie, mais dans la pratique, Rdv au prochain Slide pour créer le **bon tunnel de vente** 🍷*





Sponsorisé avec ❤️ par Wimbow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #10 - L'entonnoir de conversion

Ton **tunnel de vente**, c'est ton entonnoir qui va amener le visiteur de ton profil LinkedIn à devenir un prospect puis un client.

Il va donc falloir l'amener sur une page de vente !

Voici un exemple de framework en 5 étapes à mettre en place 🙌



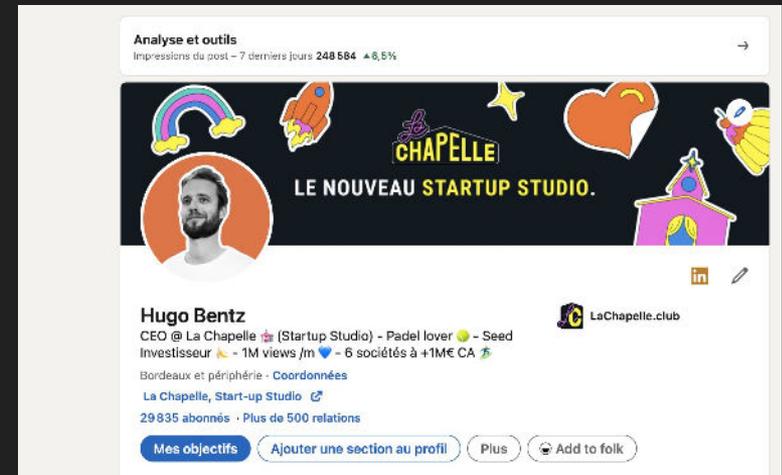
Sponsorisé avec ❤️ par Wimbrow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #10 - L'entonnoir de conversion

**Étape 1 :** Créer une page Notion ou Webflow (Poke l'agence [Octolio](#)) qui te servira de landing page (page d'atterrissage).

C'est parfait pour détailler tes offres sans avoir à créer un site web.

**Étape 2 :** Tu mets le lien de cette page sur ton profil LinkedIn. Comme ça 🙌🙌🙌



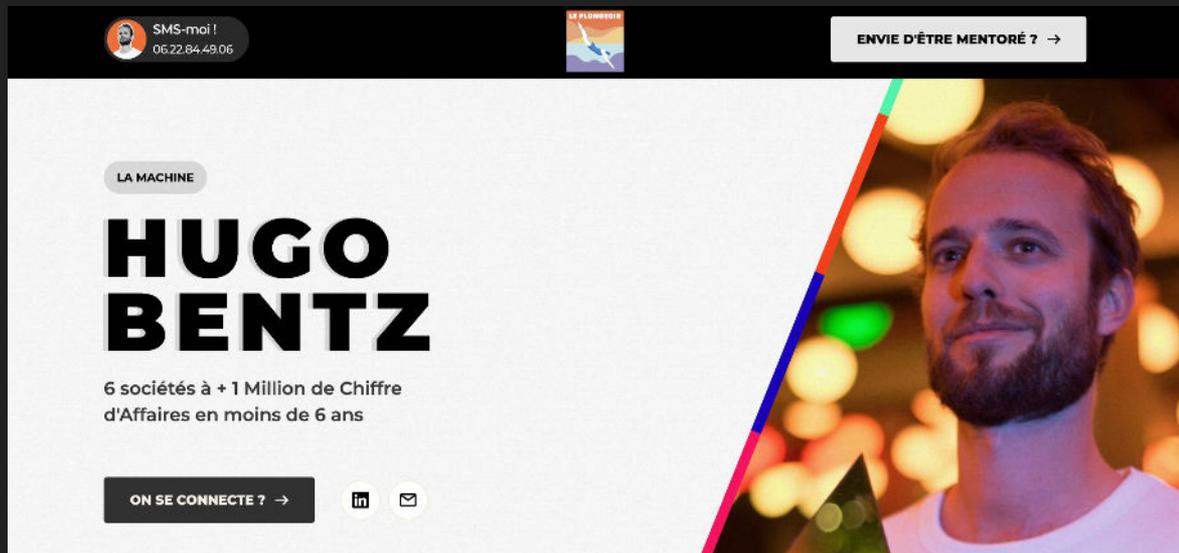


Sponsorisé avec ❤️ par Wimbrow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# #10 - L'entonnoir de conversion

Étape 3 : Sur ta landing page, tu y insères l'outil CALENDLY qui va permettre à tes prospects de prendre rendez-vous avec toi.

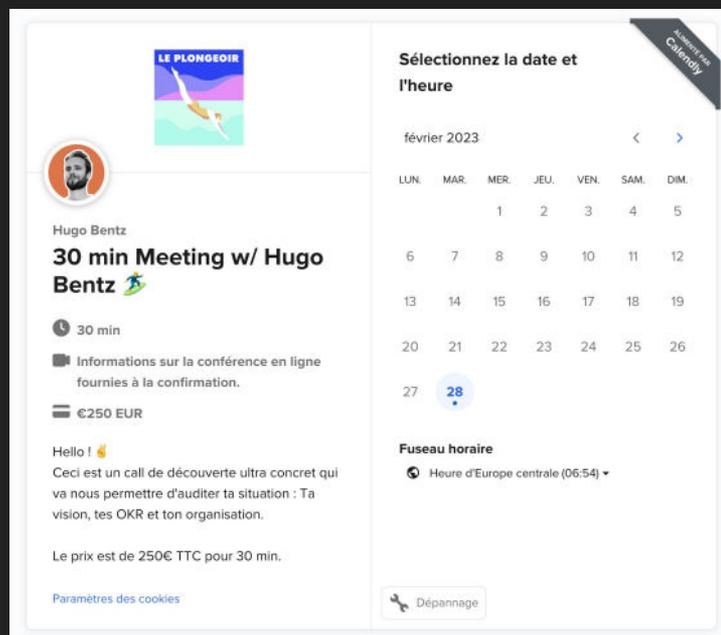
Je t'ai mis un exemple de landing page juste ici ! 🙌





# #10 - L'entonnoir de conversion

Étape 3 : Exemple de **Calendly** relié à **Stripe** pour les paiements 📍



LE PLOMMEUR

Hugo Bentz

## 30 min Meeting w/ Hugo Bentz 🌿

30 min

Informations sur la conférence en ligne fournies à la confirmation.

€250 EUR

Hello ! 🌿  
Ceci est un call de découverte ultra concret qui va nous permettre d'auditer la situation : Ta vision, tes OKR et ton organisation.

Le prix est de 250€ TTC pour 30 min.

[Paramètres des cookies](#)

Sélectionnez la date et l'heure

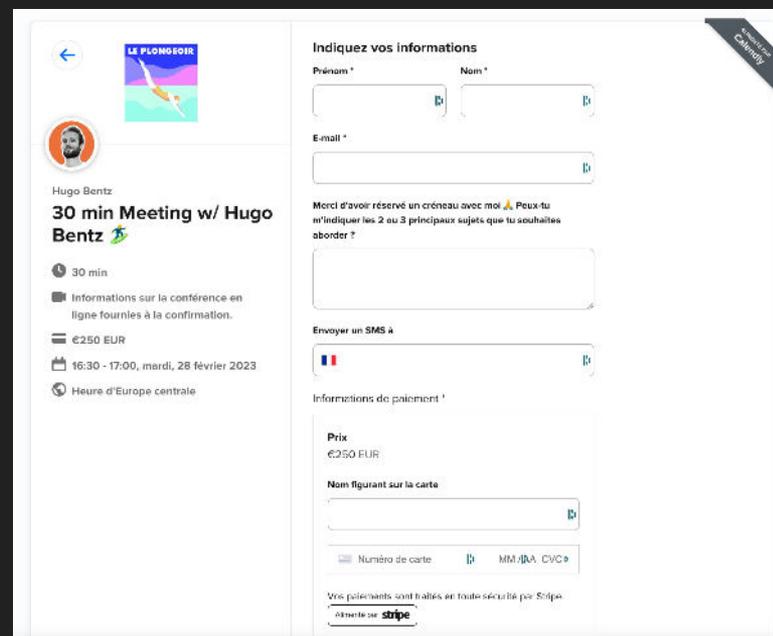
février 2023

LUN.	MAR.	MER.	JEU.	VEN.	SAM.	DIM.
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28					

Fuseau horaire

🌐 Heure d'Europe centrale (06:54) ▼

Calendly



LE PLOMMEUR

Hugo Bentz

## 30 min Meeting w/ Hugo Bentz 🌿

30 min

Informations sur la conférence en ligne fournies à la confirmation.

€250 EUR

16:30 - 17:00, mardi, 28 février 2023

Heure d'Europe centrale

Indiquez vos informations

Prénom \*

Nom \*

Email \*

Merci d'avoir réservé un créneau avec moi 🌿! Peux-tu m'indiquer les 2 ou 3 principaux sujets que tu souhaites aborder ?

Envoyer un SMS à

Informations de paiement \*

Prix

€250 EUR

Nom figurant sur la carte

Numéro de carte  MM.AA.CVC

Vos paiements sont traités en toute sécurité par Stripe

[Obtenez Stripe](#)

Stripe

Calendly



Sponsorisé avec ❤️ par Wimbrow,  
ton futur Social Media Manager LinkedIn.  
[clique ici pour être le 1er à tester la Bêta](#)

# CONCLUSION

Merci encore d'avoir téléchargé ce Playbook 🙏

J'espère que cela t'aura plu et que cela t'a apporté un max de valeur.

Et que tu auras appris quelques trucs.

Si besoin d'approfondir, je suis bien entendu disponible.

Prendre Rdv avec moi : <https://bit.ly/3iOLIEY>

Sur LinkedIn : <https://www.linkedin.com/in/hugo-bentz/>

Par email : [hugo@lachapelle.club](mailto:hugo@lachapelle.club)



We are La Chapelle ❤️ (Startup Studio - [www.lachapelle.club](http://www.lachapelle.club))

**Wimbrow** ❤️

© Playbook 2023 - Hugo Bentz