CLB CONSULT · GUIDE OFFERT · ÉDITION 2027

Filmez un Reel pro avec votre téléphone en 5 minutes.

La méthode, les techniques qui marchent en 2027 et 15 idées de vidéos pour les indépendants, artisans, commerçants, asbl et petites PME.

Laurent Braquet
Formateur en marketing digital depuis 2001 · CLB Consult, Havelange (Namur)



CLB CONSULT

www.clbconsult.com

5 étapes	15 idées	3 scripts
d'une minute chacune	de Reels prêtes à tourner	complets, mot pour mot

« Une vidéo simple publiée vaut mieux qu'une vidéo parfaite qui dort dans votre téléphone. »

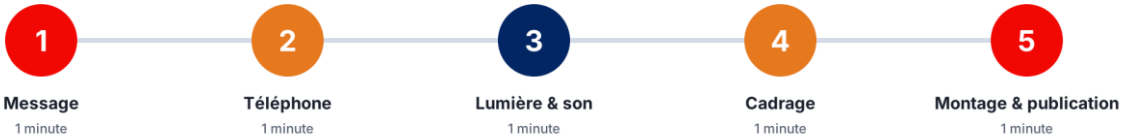
AVANT DE COMMENCER

Une vidéo simple publiée vaut mieux qu'une vidéo parfaite qui dort dans votre téléphone

Les Reels, les TikTok et les YouTube Shorts sont devenus le moyen le plus direct de vous faire voir par les gens de votre région. Votre futur client ne lit plus votre site le soir : il fait défiler des vidéos de 30 secondes dans son canapé. L'une d'elles peut être la vôtre.

La bonne nouvelle, c'est qu'il ne faut ni caméra, ni studio, ni talent d'acteur. Un téléphone, une fenêtre, un texte de quatre phrases et une méthode. Ce guide vous donne cette méthode en cinq étapes d'une minute. Elle vient de plus de vingt ans de formation en marketing digital auprès d'indépendants et de PME, et de plus de deux cents vidéos publiées sur ma propre chaîne YouTube.

Je l'ai écrit pour vous qui tenez un commerce, un atelier, un cabinet, une asbl ou une petite entreprise, et qui n'avez pas une soirée à consacrer à chaque vidéo.



Ce que vous trouverez dans ce guide

Ce qui change en 2027	Les cinq tendances à intégrer dès maintenant, sans jargon.
La méthode en 5 étapes	Message, téléphone, lumière et son, cadrage, montage : une minute par étape.
Les 4 plateformes	Ce qui marche sur Instagram, Facebook, TikTok et YouTube Shorts, et ce qui diffère.
12 accroches qui arrêtent le pouce	Des formules à copier, adaptées à votre métier.
3 scripts complets	Un commerce, un artisan, une asbl : des exemples mot pour mot.
15 idées de Reels	Pour ne jamais être en panne de sujet.
Les 7 erreurs qui tuent un Reel	Et comment les corriger en dix secondes.
Votre plan de 30 jours	Un calendrier réaliste : 2 à 3 vidéos par semaine.
La check-list à imprimer	À coller près de votre téléphone.
Deux cas réels en Wallonie	Wellness Inside à Beauraing et Orga Havelange.

LE MOT DE LAURENT

Visez « propre et régulier », pas « parfait ». Vos clients ne cherchent pas une publicité télé : ils cherchent une personne de confiance, qui connaît son métier, qu'ils ont envie d'aller voir. Cette personne, c'est vous. Il ne reste qu'à appuyer sur « enregistrer ».

TENDANCES

Ce qui change en 2027 (et ce qui ne changera pas)

Nous sommes fin 2026. Les plateformes ont beaucoup bougé ces deux dernières années, mais les mouvements de fond sont maintenant clairs. Voici les cinq que je vous conseille d'intégrer dès vos prochaines vidéos. Aucun ne demande du matériel : ce sont des façons de faire.

1

La vidéo est devenue un moteur de recherche

Une part croissante des gens cherchent un restaurant, un plombier ou un ostéopathe directement dans la barre de recherche de TikTok, d'Instagram ou de YouTube, et les moteurs classiques affichent de plus en plus de vidéos courtes dans leurs résultats. Concrètement : dites à voix haute votre métier et votre commune dans la vidéo (« ici, à notre boucherie de Ciney… »), reprenez-les dans le titre et la légende, et donnez un vrai titre à chaque vidéo. Votre Reel devient une page qui se trouve, pas seulement une vidéo qui passe.

2

L'authentique a gagné contre le léché

Les publics se sont lassés des vidéos trop produites et des voix synthétiques. Ce qui retient aujourd'hui, c'est un vrai visage, un vrai lieu, une vraie voix, avec ses petites imperfections. Pour vous, c'est une excellente nouvelle : votre atelier, votre rayon, votre accent sont vos meilleurs décors. Gardez une image propre et un son net, mais ne cherchez pas à ressembler à une chaîne de télévision.

3

Le son coupé est la norme

Dans un bus, en salle d'attente ou au bureau, la majorité des vidéos sont regardées sans le son. Sans sous-titres, votre message n'existe tout simplement pas pour ces personnes. Les sous-titres ne sont plus une option : c'est la première chose à vérifier avant de publier. Les plateformes les génèrent automatiquement, mais vérifiez-les : le nom de votre commune ou votre jargon de métier sont souvent mal retranscrits.

4

Les trois premières secondes, puis les trois suivantes

L'accroche visuelle et parlée dans les trois premières secondes reste décisive. Mais en 2027, la rétention sur toute la durée compte presque autant : une vidéo que l'on regarde jusqu'au bout est montrée à plus de monde. D'où une structure courte, une seule idée, un rythme sans temps mort et une fin nette. Plutôt qu'une vidéo de 90 secondes, faites-en trois de 30.

5

La régularité bat le coup d'éclat

Les algorithmes récompensent les comptes qui publient souvent et dont les vidéos se ressemblent assez pour être reconnues au premier coup d'œil : mêmes couleurs, même logo, même façon de commencer. Deux à trois vidéos par semaine, pendant trois mois, feront plus pour votre visibilité qu'un film de présentation tourné par un professionnel et publié une fois. C'est aussi ce qui rend la méthode « 5 minutes » indispensable : elle doit tenir dans votre semaine.

CE QUI NE CHANGE PAS

Une personne qui regarde l'objectif, qui parle à une seule personne (« vous », pas « vous tous »), qui donne un conseil utile et qui dit où la trouver. Depuis dix ans, c'est ce qui fait qu'une vidéo d'indépendant fonctionne. Les outils changent ; la relation, non.

© CLB Consult · Laurent Braquet · www.clbconsult.com

ÉTAPE 1 · 1 MINUTE

Préparez votre message

Un Reel, c'est une seule idée. Pas trois. Avant même de prendre votre téléphone, terminez cette phrase par écrit : « Après avoir vu ma vidéo, la personne saura que… ». Si vous avez besoin d'un « et », vous avez deux vidéos.



L'anatomie d'un Reel de 30 secondes : une accroche, un contenu, une action.

L'accroche (0 à 3 secondes)

C'est elle qui décide si l'on reste. Ne commencez jamais par « Bonjour, je m'appelle… » : on ne vous connaît pas encore, on n'a donc aucune raison d'écouter. Commencez par le bénéfice, la question ou la surprise. Vous trouverez douze formules page suivante.

Le contenu (3 à 25 secondes)

Un conseil, un produit, une réponse, une démonstration. Du concret : un chiffre, un exemple, un geste que l'on voit. Si vous avez trois points, annoncez-les (« trois choses… ») et comptez-les avec les doigts : le spectateur sait où il en est et reste jusqu'au troisième.

L'action (les 5 dernières secondes)

Dites exactement quoi faire : « Passez nous voir, on est ouvert le dimanche matin », « Réservez par message », « Abonnez-vous, je publie un conseil chaque mardi ». Puis votre écran de fin avec votre nom, votre logo et votre adresse.

> ASTUCE PROMPTEUR
>
> Écrivez votre texte en entier (60 à 110 mots) et lisez-le sur un prompteur : l'application fait défiler le texte juste sous l'objectif, vous regardez la caméra sans chercher vos mots, et le tournage passe de dix prises à deux. Le **Studio vidéo CLB** en contient un ; il existe aussi des applications gratuites de prompteur sur votre téléphone.

BOÎTE À OUTILS

12 accroches qui arrêtent le pouce

Une bonne accroche parle du spectateur, pas de vous. Remplacez les crochets par votre métier et dites-la en regardant l'objectif, avec un peu plus d'énergie que dans une conversation normale. Vous pouvez aussi l'afficher en gros caractères sur la première image : c'est ce que fait Orga Havelange sur ses Reels (voir page des cas clients).

L'erreur	« L'erreur que je vois chaque semaine chez [vos clients]… »
Le chiffre	« 3 choses à savoir avant d'acheter [produit]. »
La question piège	« Vous pensez que [idée reçue] ? Regardez. »
L'avant / après	« Voilà ce que [service] change en 40 minutes. »
Le local	« Si vous habitez [commune], ceci vous concerne. »
Le secret de métier	« Ce qu'un [votre métier] ne vous dit jamais… »
La saison	« C'est maintenant qu'il faut [action] : voici pourquoi. »
Le témoignage	« Elle est venue pour [problème]. Voilà ce qu'on a fait. »
Le test	« J'ai testé [produit] pendant une semaine. Verdict. »
La question fréquente	« On me demande tout le temps… Je réponds une fois pour toutes. »
Les coulisses	« Il est 6 h du matin, et voilà ce qui se passe ici. »
Le défi	« Pouvez-vous deviner combien ça coûte ? »

LE MOT DE LAURENT

Testez vos accroches à voix haute devant un collègue ou votre conjoint. Si la personne ne lève pas les yeux de son téléphone en entendant la première phrase, changez-la. C'est le test le plus fiable que je connaisse, et il est gratuit.

ÉTAPE 2 · 1 MINUTE

Préparez votre téléphone

Votre téléphone est meilleur que les caméras professionnelles d'il y a dix ans. Encore faut-il le régler une fois pour toutes. Faites ces réglages aujourd'hui, et vous n'y reviendrez plus.

Les réglages à faire une seule fois

- **Résolution 1080p, 30 images par seconde.** C'est amplement suffisant pour les réseaux, et cela évite des fichiers énormes à envoyer. Évitez le 4K : plus lourd, pas plus beau sur un téléphone.
- **Format vertical (9:16).** C'est le format de tous les Reels, TikTok et Shorts. Une vidéo horizontale sera recadrée ou affichée avec des bandes noires.
- **Stabilisation activée** dans les réglages de l'appareil photo, si votre téléphone la propose.
- **Grille activée** : les lignes des tiers s'affichent à l'écran et vous aident à cadrer (voir étape 4).

Les gestes avant chaque prise

- **Nettoyez l'objectif** avec un tissu doux. Une trace de doigt rend toute l'image laiteuse ; c'est la cause numéro un des vidéos floues.
- **Mode « Ne pas déranger »** : un appel coupe l'enregistrement sans prévenir.
- **Batterie et stockage** : une minute de vidéo 1080p pèse environ 100 Mo.
- **Caméra arrière si quelqu'un vous filme** (meilleure qualité). Seul, la caméra avant convient très bien, à condition de regarder l'objectif et non votre image.

Le matériel qui change vraiment quelque chose

Vous n'avez besoin de rien pour commencer. Si vous voulez investir, voici ce qui compte, dans l'ordre. Le total ne dépasse pas une centaine d'euros.

Accessoire	Pourquoi	Budget
Micro-cravate sans fil	Le seul achat qui transforme une vidéo : voix nette, bruit de fond réduit. Un modèle à deux micros se clipse sur votre col et sur le téléphone.	**20 à 40 €**
Petit trépied de table	Image stable, téléphone à hauteur des yeux, mains libres pour montrer un produit.	**10 à 25 €**
Petite lampe LED (facultatif)	Pour les jours sombres ou les arrière-boutiques sans fenêtre. Placez-la à côté du téléphone, jamais au-dessus de vous.	**15 à 30 €**

> À NE PAS ACHETER
>
> Un objectif supplémentaire, une caméra, un éclairage de studio. Ils rendent le tournage plus long, pas la vidéo meilleure, et finissent dans un tiroir. Commencez avec ce que vous avez, investissez quand vous aurez publié dix vidéos.

© CLB Consult · Laurent Braquet · www.clbconsult.com

ÉTAPE 3 · 1 MINUTE

Soignez la lumière et le son

Ces deux éléments font 80 % de l'impression de qualité, et ils ne coûtent rien. Un visage bien éclairé avec une voix claire filmé avec un téléphone de cinq ans paraîtra plus professionnel qu'une image 4K sombre et inaudible.

La lumière : face à la fenêtre



- **Placez-vous face à une fenêtre**, le téléphone entre vous et la fenêtre. C'est la meilleure lumière qui existe, et elle est gratuite. La lumière du jour légèrement voilée (ciel couvert, rideau fin) est la plus flatteuse.
- **Jamais dos à la fenêtre** : la caméra expose pour la lumière derrière vous et vous devenez une silhouette sombre.
- **Évitez la lumière directe au-dessus de la tête** (néons de magasin, spots) : elle creuse des ombres sous les yeux et le nez. Décalez-vous d'un mètre ou allumez une lampe de côté.
- **Le soir ou sans fenêtre** : une lampe de bureau derrière le téléphone, dirigée vers votre visage, avec un papier calque ou une feuille blanche devant pour adoucir.

Le son : plus important que l'image



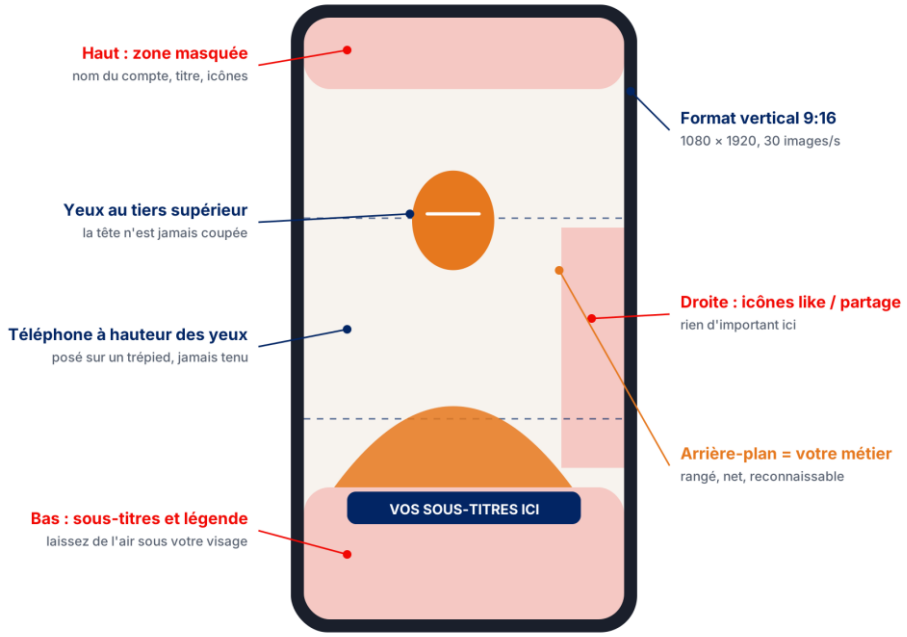
Avant de lancer l'enregistrement, écoutez cinq secondes en silence. Ce que vous entendez, le micro l'entend deux fois plus fort : la musique d'ambiance, le frigo du magasin, la machine à café, la circulation. Coupez ce que vous pouvez, éloignez-vous du reste, et restez à moins d'un mètre du téléphone. Si vous filmez souvent, le micro-cravate sans fil est l'investissement de l'année.

> **LE TEST DES 10 SECONDES**
>
> Filmez-vous dix secondes en disant votre accroche, puis regardez le résultat avec des écouteurs. Voit-on vos yeux ? Entend-on chaque mot ? Si oui, tournez. Si non, déplacez-vous d'un mètre et recommencez. Ce test évite 90 % des vidéos ratées.

ÉTAPE 4 · 1 MINUTE

Cadrez et tournez

Le cadrage, c'est ce qui sépare au premier regard une vidéo « faite avec un téléphone » d'une vidéo « professionnelle ». Et ce ne sont que quelques règles, toujours les mêmes.



Les zones à connaître : l'interface des applications masque le haut, le bas et la droite de l'image.

Le cadre

- **Téléphone à hauteur des yeux**, posé sur un trépied ou calé contre une étagère. Une image stable fait tout de suite plus professionnel ; une image qui tremble fatigue en dix secondes.
- **Vos yeux au tiers supérieur** de l'écran, avec un peu d'air au-dessus de la tête, sans la couper.
- **Laissez de la place en bas** : c'est là que s'afficheront les sous-titres et la légende.
- **Un arrière-plan qui montre votre métier** : vos rayons, votre atelier, votre cabinet, rangé et sans désordre. Un mur blanc vide est la pire option : on ne sait pas qui vous êtes.

Le tournage

- **Regardez l'objectif**, pas votre image à l'écran. Collez un petit point de couleur à côté de l'objectif si besoin.
- **Souriez, et mettez 20 % d'énergie en plus** que dans une conversation normale. L'écran absorbe l'énergie ; ce qui vous semble exagéré paraît naturel à la lecture.
- **Comptez deux secondes de silence** avant de parler et après la dernière phrase : cela facilite le montage et évite les débuts coupés.
- **Une erreur ? Faites une pause et reprenez la phrase.** Ne recommencez pas depuis le début : le montage enlèvera le passage raté.

Le B-roll : 10 secondes qui changent tout

Le « B-roll », ce sont les images de contexte intercalées pendant que vous parlez : vos mains qui travaillent, le produit en gros plan, la devanture. Filmez-en deux ou trois de dix secondes juste après votre prise principale. Au montage, elles couvrent vos hésitations et relancent l'attention toutes les cinq à huit secondes : c'est la technique la plus simple pour donner un rythme professionnel à une vidéo parlée.

© CLB Consult · Laurent Braquet · www.clbconsult.com

ÉTAPE 5 · 1 MINUTE

Montez, habillez, publiez

C'est ici que les bonnes intentions s'arrêtent le plus souvent : la vidéo est tournée, elle est bonne, et elle reste dans le téléphone parce que le montage « prendra une soirée ». Voici ce qui est indispensable, dans l'ordre, et ce qui est superflu.

Les 5 indispensables

1. **Couper le début et la fin.** Les deux secondes de silence, le bras qui tend vers le téléphone. La vidéo commence sur votre accroche, pas avant.
2. **Les sous-titres.** Lisibles, en bas de l'image mais au-dessus de la zone de légende, avec un fond ou un contour pour rester lisibles sur n'importe quel arrière-plan. Vérifiez les noms propres et le jargon.
3. **Votre identité : logo, couleurs, écran de fin.** On doit vous reconnaître en une seconde, même quand on fait défiler vite. Les mêmes couleurs à chaque vidéo construisent une marque ; des couleurs différentes à chaque fois construisent de la confusion.
4. **Un titre sur la première image.** Votre accroche écrite en gros, comme sur une affiche. C'est ce que l'on voit dans la grille de votre profil et dans les résultats de recherche.
5. **Une légende courte.** Reprenez l'accroche, ajoutez l'action attendue, votre localisation, et trois à cinq hashtags locaux et de métier : #Namur, #Condroz, votre commune, votre métier.

Ce qui est superflu

Les transitions spectaculaires, les effets, les zooms toutes les deux secondes, la musique trop forte sous votre voix. Ils étaient à la mode en 2023 ; en 2027, ils signalent un contenu publicitaire que l'on fait défiler. Une musique discrète en fond, à faible volume, suffit.

Publier : quand et à quel rythme

Question	Ma recommandation pour un indépendant
À quelle fréquence ?	2 à 3 vidéos par semaine pendant un mois font plus qu'une vidéo parfaite tous les trois mois. Choisissez un rythme que vous tiendrez six mois.
À quelle heure ?	Le midi (12 h – 13 h) et le soir (18 h – 21 h), quand vos clients ont leur téléphone en main. Regardez ensuite vos statistiques : elles vous diront mieux que n'importe quel guide.
Sur combien de plateformes ?	La même vidéo sur les quatre, avec une légende adaptée. C'est gratuit, et chaque plateforme touche des gens différents (voir page suivante).
Et les commentaires ?	Répondez à chacun dans l'heure qui suit la publication, même par un simple merci. Les plateformes y voient une conversation et montrent la vidéo à plus de monde.

> VOUS FILMEZ, QUELQU'UN D'AUTRE MONTE
>
> Si le montage est le point où vous bloquez, faites-le faire. Le **Studio vidéo CLB** a été conçu précisément pour cela : vous déposez la vidéo brute, et vous recevez quelques minutes plus tard une vidéo avec vos B-rolls, sous-titrée, à vos couleurs, avec votre écran de fin, prête pour les quatre plateformes. Détails en fin de guide.

DIFFUSION

Les 4 plateformes : ce qui marche, ce qui diffère

La même vidéo verticale, sous-titrée, de 20 à 45 secondes, fonctionne sur les quatre. Ce qui change, c'est le public, la légende et quelques détails de publication. Voici l'essentiel pour un indépendant ou une PME de Wallonie en 2027.

	Instagram Reels	Facebook Reels	TikTok	YouTube Shorts
Qui est là	25 – 50 ans, forte présence des commerçants, restaurateurs, métiers du bien-être et de l'esthétique.	Le public le plus large et le plus local en Wallonie, 35 ans et plus. Très bon pour les commerces de proximité et les asbl.	Public jeune mais qui vieillit vite ; moteur de recherche à part entière pour les 18 – 35 ans. Portée possible sans aucun abonné.	Tous âges. Les Shorts apparaissent dans Google et restent trouvables des mois après la publication.
Durée idéale	20 – 45 s	20 – 60 s	20 – 45 s (jusqu'à 90 s si le sujet le justifie)	20 – 60 s
La légende	Courte, accroche + action, lieu, 3 à 5 hashtags.	Plus longue possible, ton chaleureux, taguez votre page et votre commune.	Courte, mots-clés de recherche, 3 à 5 hashtags.	Le titre compte le plus : métier + commune + bénéfice.
Ce qui marche le mieux	Avant / après, coulisses, produit en main, témoignages.	Événements locaux, équipe, nouveautés, offres de saison.	Astuces de métier, « le saviez-vous », démonstrations rapides.	Tutoriels courts, réponses à une question précise.
Un détail qui compte	Choisissez une image de couverture avec votre titre : c'est votre vitrine sur le profil.	Publiez aussi dans votre groupe de commune si le ton s'y prête.	Parlez vos mots-clés à voix haute : TikTok les lit dans votre voix.	Ajoutez la mention #Shorts et un titre descriptif.

Ma recommandation en une phrase

Filmez une fois, publiez quatre fois. Commencez par la plateforme où sont déjà vos clients (pour la plupart des commerces wallons : Facebook et Instagram), et ajoutez TikTok et YouTube Shorts dès la deuxième semaine : cela ne vous coûte que deux minutes par vidéo, et ce sont des portes d'entrée vers des clients que vous n'auriez jamais touchés.

ATTENTION AUX RÉ-EXPORTS

Ne publiez pas sur Instagram une vidéo exportée depuis TikTok avec son filigrane : elle sera moins montrée. Gardez toujours votre vidéo montée « propre » et publiez-la séparément sur chaque plateforme.

EXEMPLES

3 scripts complets, mot pour mot

Voici trois textes de 30 à 40 secondes (80 à 100 mots), tels que je les écrirais pour un prompteur. Remplacez les détails par les vôtres : la structure reste la même. En italique, les images de contexte à filmer pour le montage.

Un commerce : la boulangerie

Idée : l'erreur fréquente · 35 secondes · 90 mots

ACCROCHE Vous conservez votre pain dans le frigo ? C'est la pire chose à faire.

CONTENU Le froid du frigo rend la mie sèche en quelques heures, même dans un sac. Ici, à la boulangerie, on vous conseille trois choses. Un : un sac en tissu ou en papier, à température ambiante, pour le pain du jour. Deux : le congélateur, en tranches, pour les pains de la semaine. Trois : dix minutes au four à 180 degrés, et il ressort comme ce matin.

ACTION Si vous voulez le pain qui se conserve le mieux, demandez-nous le pain au levain. On est à Havelange, ouverts tous les matins dès 7 h.

B-roll à filmer : *la mie d'un pain coupé, le sac en tissu, des tranches qui entrent au congélateur, la sortie du four.*

Un artisan : le chauffagiste

Idée : le conseil de saison · 40 secondes · 100 mots

ACCROCHE Si votre chaudière fait ce bruit-là au démarrage, regardez ceci avant d'appeler qui que ce soit.

CONTENU Octobre, c'est le mois où l'on reçoit le plus d'appels pour des chaudières qui ne redémarrent pas. Dans la moitié des cas, c'est la pression. Regardez ce petit cadran : l'aiguille doit être entre 1 et 2. Si elle est en dessous, ouvrez doucement ce robinet jusqu'à 1,5 et refermez. Ça prend trente secondes et ça évite une visite à 90 euros.

ACTION Si ça ne suffit pas, écrivez-moi par message, j'interviens dans tout le Condroz. Et abonnez-vous : je publie un conseil comme celui-ci chaque semaine jusqu'au printemps.

B-roll à filmer : *le cadran de pression en gros plan, la main sur le robinet, la camionnette avec le logo.*

Une asbl : le club de sport

Idée : présentez l'équipe · 30 secondes · 80 mots

ACCROCHE Vous cherchez une activité pour votre enfant le mercredi après-midi ? Je vous présente Sarah.

CONTENU Sarah entraîne nos 6 à 9 ans depuis trois ans. Ce qu'elle préfère ? Le moment où un enfant qui n'osait pas réussit son premier passage. Chez nous, pas de sélection, pas de compétition avant 10 ans : on apprend en jouant, et chaque enfant progresse à son rythme.

ACTION Les inscriptions pour janvier sont ouvertes, et le premier cours d'essai est gratuit. Le lien est dans la description, ou passez nous voir le mercredi à la salle communale.

B-roll à filmer : *Sarah avec le groupe, un enfant qui réussit un exercice, la salle, le panneau à l'entrée.*

PANNE D'INSPIRATION ?

15 idées de Reels pour commerçants, artisans et asbl

Chaque idée est un format que vous pouvez refaire chaque mois avec un sujet différent. Avec ces quinze formats, vous avez de quoi publier pendant un an sans vous répéter. L'accroche proposée est un point de départ : adaptez-la à votre métier.

1	**Les coulisses** La préparation, l'arrivage, l'atelier avant l'ouverture. Ce que vos clients ne voient jamais est ce qui les intéresse le plus. **Accroche :** *« Il est 6 h 30. Voilà ce qui se passe avant que vous arriviez. »*
2	**Un produit en 30 secondes** Ce que c'est, pour qui, pourquoi vous l'aimez. Tenez-le en main, montrez-le sous tous les angles. **Accroche :** *« Le produit que je recommande à tous mes clients cette semaine. »*
3	**La question qu'on vous pose tout le temps** Et votre réponse d'expert, en une minute. Une vidéo par question : vous en avez vingt en réserve. **Accroche :** *« On me pose cette question dix fois par jour. Je réponds une fois pour toutes. »*
4	**Avant / après** Une réparation, une coupe, un aménagement, un massage, un nettoyage. Le format le plus partagé sur les quatre plateformes. **Accroche :** *« Regardez ce que 40 minutes ont changé. »*
5	**L'erreur fréquente à éviter** Le conseil que vos clients auraient aimé connaître avant. Vous prouvez votre expertise sans vous vanter. **Accroche :** *« L'erreur que je vois chaque semaine… et qui coûte cher. »*
6	**Présentez l'équipe** Une personne, son rôle, ce qu'elle préfère dans son métier. Une vidéo par personne, en 30 secondes. **Accroche :** *« Je vous présente la personne qui répond quand vous appelez. »*
7	**La nouveauté** Le nouveau produit, le nouveau service, la nouvelle carte, la nouvelle saison. **Accroche :** *« C'est arrivé ce matin, et je ne pouvais pas attendre pour vous le montrer. »*
8	**Le témoignage client** Avec son accord : ce qu'il est venu chercher et ce qu'il en pense. Filmez-le dans votre lieu, en deux questions. **Accroche :** *« Elle est venue pour un problème de dos. Voilà ce qu'elle en dit six semaines plus tard. »*

PANNE D'INSPIRATION ? (SUITE)

15 idées de Reels, de 9 à 15

9 — Le conseil de saison

Ce qu'il faut faire ce mois-ci dans votre domaine : pneus, chaudière, jardin, peau, fiscalité.

Accroche : *« C'est maintenant qu'il faut s'en occuper, pas en décembre. »*

10 — L'événement local

Un marché, une fête de village, un partenariat avec un commerce voisin, une journée portes ouvertes.

Accroche : *« Samedi, on fait quelque chose qu'on n'a jamais fait. »*

11 — Le « saviez-vous »

Un fait étonnant sur votre métier ou votre produit. Court, surprenant, facile à partager.

Accroche : *« Vous ne devinerez jamais d'où vient ce produit. »*

12 — Le chiffre

Un chiffre marquant de votre activité : le nombre de pains du matin, de kilomètres par semaine, d'années d'expérience.

Accroche : *« On a servi 412 cafés hier. Voilà comment ça se passe. »*

13 — Le comparatif

Deux produits, deux méthodes, deux prix. Vous aidez à choisir, honnêtement.

Accroche : *« Celui-ci à 20 €, celui-là à 45 €. Lequel vaut vraiment la différence ? »*

14 — Le geste de métier

Vos mains au travail, en gros plan, avec ou sans commentaire. Hypnotique, et cela montre votre savoir-faire mieux qu'un discours.

Accroche : *« Il faut sept ans pour apprendre ce geste. Regardez. »*

15 — La journée en 30 secondes

Dix plans de trois secondes, de l'ouverture à la fermeture. Simple à filmer tout au long de la journée.

Accroche : *« Une journée chez nous, en 30 secondes. »*

LE MOT DE LAURENT

Notez vos idées au fil de la semaine : la question d'un client, une remarque de livreur, une erreur réparée. Un carnet ou une note sur votre téléphone suffit. Le dimanche soir, vous n'avez plus qu'à choisir.

© CLB Consult · Laurent Braquet · www.clbconsult.com

À ÉVITER

Les 7 erreurs qui tuent un Reel

Je vois ces sept erreurs chaque semaine, chez des gens qui ont de bonnes idées et de bons produits. Elles se corrigent toutes en dix secondes, une fois qu'on les connaît.

1. **Commencer par « Bonjour, je m'appelle… »**
   On ne vous connaît pas encore. Commencez par ce que la personne va gagner, présentez-vous à la fin, sur l'écran de fin.
2. **Filmer à l'horizontale**
   Votre vidéo s'affiche avec des bandes noires ou est recadrée au hasard. Tenez le téléphone debout, toujours.
3. **Le contre-jour**
   Dos à la fenêtre, vous êtes une ombre. Retournez-vous : la fenêtre doit être derrière le téléphone.
4. **Pas de sous-titres**
   La majorité des gens regardent sans le son. Sans sous-titres, votre vidéo est muette pour eux.
5. **Trois idées dans une vidéo**
   Le spectateur ne retient rien et décroche. Une idée par vidéo ; gardez les deux autres pour la semaine prochaine.
6. **Pas d'appel à l'action**
   La personne a aimé, et puis ? Dites-lui quoi faire : passer, réserver, écrire, s'abonner.
7. **Publier une fois, puis plus rien**
   Une vidéo isolée ne construit rien. C'est la troisième, la dixième, la trentième qui installent votre présence. Fixez un rythme et tenez-le.

LE MOT DE LAURENT

Le trac devant l'objectif disparaît avec la troisième vidéo. Pas la dixième, la troisième. Les deux premières servent à constater que vous êtes bien plus naturel que vous ne le pensez. Publiez-les quand même.

Et une huitième, plus discrète : attendre d'être prêt

On ne se sent jamais prêt. La vidéo que vous jugez « moyenne » aujourd'hui sera regardée par des gens qui ne savent pas que vous existiez hier. Pour eux, elle est très bien. Publiez-la, regardez les chiffres, et faites un peu mieux la prochaine fois. C'est ainsi que chaque créateur que vous admirez a commencé.

PASSEZ À L'ACTION

Votre plan de 30 jours

Un rythme réaliste pour un indépendant : deux vidéos par semaine le premier mois, une troisième à partir de la semaine 3 si vous le sentez. Chaque vidéo demande cinq minutes de tournage, plus le montage (ou deux minutes si vous le déléguez). Cochez au fur et à mesure.

Semaine	Objectif	Vidéos à publier	À faire en plus
Semaine 1	**Lancer**	☐ Vidéo 1 : la question qu'on vous pose tout le temps ☐ Vidéo 2 : les coulisses	Réglez votre téléphone (étape 2). Choisissez votre fenêtre. Écrivez vos deux textes le dimanche.
Semaine 2	**Prouver**	☐ Vidéo 3 : l'erreur fréquente à éviter ☐ Vidéo 4 : un produit ou un service en 30 secondes	Regardez vos statistiques de la semaine 1 : quelle vidéo a été regardée le plus longtemps ? Faites-en une variante.
Semaine 3	**Humaniser**	☐ Vidéo 5 : présentez l'équipe (ou vous-même, à la fin !) ☐ Vidéo 6 : avant / après ☐ Vidéo 7 (bonus) : le geste de métier	Répondez à chaque commentaire. Demandez à un client satisfait s'il accepterait un témoignage.
Semaine 4	**Ancrer**	☐ Vidéo 8 : le témoignage client ☐ Vidéo 9 : le conseil de saison ☐ Vidéo 10 (bonus) : la nouveauté ou l'événement local	Faites le bilan : nombre de vues, de messages, de visites. Fixez votre rythme pour les trois prochains mois.

Mesurer sans se noyer dans les chiffres

Trois indicateurs suffisent, à regarder une fois par semaine dans les statistiques de chaque application :

- **La durée moyenne de visionnage.** Si elle est inférieure à la moitié de la vidéo, l'accroche ou le rythme sont à revoir. C'est le chiffre le plus important.
- **Les partages et les enregistrements.** Ils valent dix fois un « j'aime » : la vidéo a été jugée utile.
- **Les messages et les visites.** Le vrai objectif. Demandez à vos nouveaux clients comment ils vous ont connu, et notez-le.

LE MOT DE LAURENT

Fixez-vous un rendez-vous de 20 minutes le dimanche soir : vous écrivez les deux textes de la semaine, vous choisissez les idées, et c'est tout. Le reste de la semaine, vous ne réfléchissez plus, vous tournez. C'est cette discipline-là, pas le talent, qui sépare les comptes qui décollent de ceux qui s'arrêtent après trois vidéos.

À IMPRIMER ET À COLLER PRÈS DU TÉLÉPHONE

La check-list avant chaque tournage

Dix secondes de vérification, zéro vidéo ratée. Imprimez cette page et gardez-la à portée de main.

	MESSAGE
☐	Une seule idée, résumée en une phrase
☐	Une accroche pour les 3 premières secondes (pas de « bonjour »)
☐	Un texte de 20 à 45 secondes (60 à 110 mots), sur le prompteur
☐	Une action claire à la fin
	TÉLÉPHONE
☐	Objectif nettoyé
☐	Format vertical, 1080p, 30 images/s
☐	Mode « Ne pas déranger », batterie et stockage OK
	LUMIÈRE ET SON
☐	Face à la fenêtre, jamais en contre-jour
☐	Endroit calme, musique coupée, à moins d'un mètre du téléphone (ou micro-cravate)
☐	Test de 10 secondes écouté avec des écouteurs
	CADRAGE ET TOURNAGE
☐	Téléphone stable, à hauteur des yeux
☐	Yeux au tiers supérieur, place en bas pour les sous-titres
☐	Arrière-plan rangé qui montre votre métier
☐	2 secondes de silence au début et à la fin
☐	Regard dans l'objectif, sourire, 20 % d'énergie en plus
☐	2 ou 3 plans de B-roll de 10 secondes
	APRÈS LE TOURNAGE
☐	Début et fin coupés
☐	Sous-titres relus (noms propres, commune, jargon)
☐	Logo, couleurs, écran de fin
☐	Titre sur la première image
☐	Légende avec l'action attendue, localisation et 3 à 5 hashtags
☐	Publié sur les 4 plateformes, commentaires suivis pendant une heure

© CLB Consult · Laurent Braquet · www.clbconsult.com

ÇA MARCHE EN WALLONIE

Deux cas réels, chiffres à l'appui

Les conseils de ce guide ne sortent pas d'un manuel américain : ils sont appliqués chaque semaine par des indépendants de la province de Namur. Voici deux d'entre eux, avec leur accord ; les chiffres sont relevés sur leurs comptes publics en octobre 2026.

Wellness Inside, Beauraing : de 2 Reels en 8 mois à 12 Reels en 8 semaines

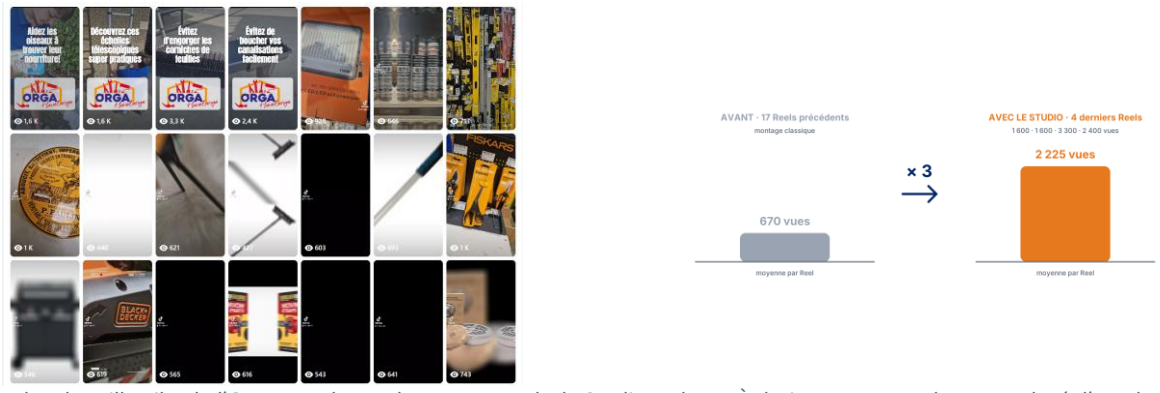
Avant : le montage à la main dans Canva ou CapCut était si long que les vidéos étaient sans cesse reportées. Depuis le 22 août 2026, avec le Studio vidéo CLB : 12 Reels en 8 semaines, environ deux minutes de travail par vidéo, 14 648 vues au total. La moyenne par Reel est passée de 202 à 1 221 vues ; onze vidéos sur douze dépassent les 400 vues, contre une seule auparavant.



Moyenne de vues par Reel, compte Instagram de Wellness Inside, relevé du 18 octobre 2026.

Orga Havelange, magasin de bricolage : des Reels qui dépassent les 3 000 vues

Orga Havelange publiait déjà régulièrement sur TikTok, avec des vidéos entre 400 et 1 000 vues. Les quatre derniers Reels, réalisés avec le Studio, appliquent la méthode de ce guide : une accroche écrite en gros sur la première image (« Évitez d'engorger les corniches de feuilles »), le logo du magasin, des sous-titres. Résultat : 1 600, 1 600, 3 300 et 2 400 vues, soit une moyenne de 2 225 contre environ 670 pour les 17 vidéos précédentes.



À gauche : la grille TikTok d'Orga Havelange, les quatre Reels du Studio en haut. À droite : moyenne de vues, relevé d'octobre 2026.

CE QUE CES DEUX CAS ONT EN COMMUN

Ni l'un ni l'autre n'a acheté de matériel. Ils ont filmé avec leur téléphone, dans leur magasin, et ont appliqué les cinq étapes. La différence s'est faite sur la régularité et sur l'habillage (accroche écrite, sous-titres, logo), c'est-à-dire sur ce qui est le plus facile à déléguer.

POUR ALLER PLUS LOIN

Vous filmez. Nous montons. Vous publiez.

Vous avez maintenant la méthode pour bien filmer. Reste le montage : couper, sous-titrer, ajouter le logo, la musique et l'écran de fin. C'est là que les bonnes intentions s'arrêtent le plus souvent, et c'est exactement ce que le Studio vidéo CLB prend en charge.

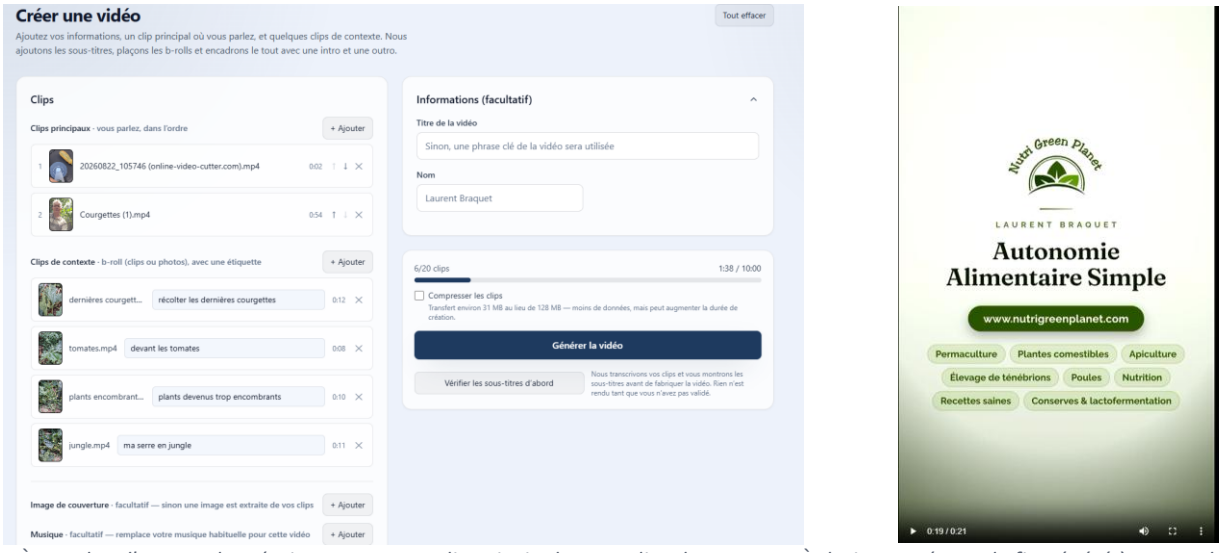


Ce que contient chaque vidéo

- Sous-titres ajoutés automatiquement, avec votre vocabulaire de métier reconnu
- Votre logo, vos couleurs, votre musique
- Vos clips de contexte (B-roll) placés au bon endroit
- Votre écran de fin : coordonnées, appel à l'action
- Format portrait prêt pour Instagram, Facebook, TikTok et YouTube Shorts
- Un prompteur intégré pour tourner sans chercher vos mots

Ce qui n'existe nulle part ailleurs

- À l'abonnement, nous configurons votre studio (logo, couleurs, musique, écran de fin), testons le rendu et vous conseillons (éclairage, script)
- Aucun réglage à chaque vidéo : vous déposez, c'est prêt en 3 à 5 minutes
- Un support humain, en français, par WhatsApp et e-mail
- Vos questions marketing par WhatsApp : idées, accroches, avis sur une vidéo avant publication
- Un interlocuteur en Belgique qui connaît votre entreprise



À gauche : l'espace de création, avec votre clip principal et vos clips de contexte. À droite : un écran de fin généré à vos couleurs.

TARIFS

Essai gratuit, prix clairs, mise en place incluse

STUDIO ESSENTIEL

49 € / mois

ou 490 € / an (2 mois offerts)

- **15 vidéos par mois** (rushes de 5 min max)
- Mise en place personnalisée incluse : rendu testé et commenté
- Sous-titres, logo, couleurs, musique, écran de fin
- Format portrait Reels, TikTok, Shorts
- Prompteur intégré
- **Support WhatsApp et e-mail** : réponse sous 24 h ouvrables
- **Vos questions marketing par WhatsApp** : idées de vidéos, accroches, avis sur une vidéo

STUDIO PRO

89 € / mois

ou 890 € / an (2 mois offerts)

- **30 vidéos par mois** (rushes de 10 min max)
- Tout le Studio Essentiel
- **2 habillages** (deux marques ou une charte saisonnière)
- **Support prioritaire** : réponse le jour même (jours ouvrables)
- **Un avis détaillé sur vos vidéos chaque mois**
- **1 appel conseil de 30 min par trimestre** : vos vidéos, ce qui marche, ce qu'on ajuste

TARIF FONDATEUR

Le Studio Essentiel à 39 €/mois au lieu de 49 €, aussi longtemps que vous restez abonné. Réservé aux 20 premiers clients, jusqu'au 31 décembre 2026.

Besoin de plus de vidéos un mois donné ? Recharge de 10 vidéos : 25 €, sans engagement. Prix hors TVA. Abonnement mensuel résiliable chaque mois. Réservé aux professionnels. Essai gratuit : 2 vidéos offertes à l'inscription, avec un habillage standard, sans carte bancaire, à utiliser dans les 14 jours.

TARIFS AU 19 OCTOBRE 2026, DONNÉS À TITRE INDICATIF

Les prix ci-dessus sont ceux en vigueur au 19 octobre 2026 et sont susceptibles d'évoluer. **Seul le tarif publié sur www.clbconsult.com/studio-video fait foi** : consultez-le avant toute souscription.

Prêt à publier plus souvent ?

Créez votre accès en une minute et testez 2 vidéos gratuitement, sans carte bancaire. Vous ne vous abonnez que si le résultat vous convainc.

www.clbconsult.com/studio-video

laurent.braquet@clbconsult.com · +32 475 69 79 07

QUI EST DERRIÈRE CE GUIDE

Un interlocuteur à Havelange, pas un centre d'aide



Je suis Laurent Braquet, fondateur de CLB Consult, à Havelange, dans le Condroz namurois.

Pionnier de l'e-commerce belge avec Shoppi Home dès 1993, je forme depuis 2001 les indépendants et les PME au marketing digital, pour l'IFAPME, Technobel, le CEFORA, le SPW et le Centre de Formation à Distance. J'anime une chaîne YouTube de plus de 200 vidéos, et j'utilise moi-même, chaque semaine, la méthode et le Studio présentés dans ce guide.

Si quelque chose ne va pas, vous avez un numéro qui répond, et quelqu'un qui connaît votre entreprise.

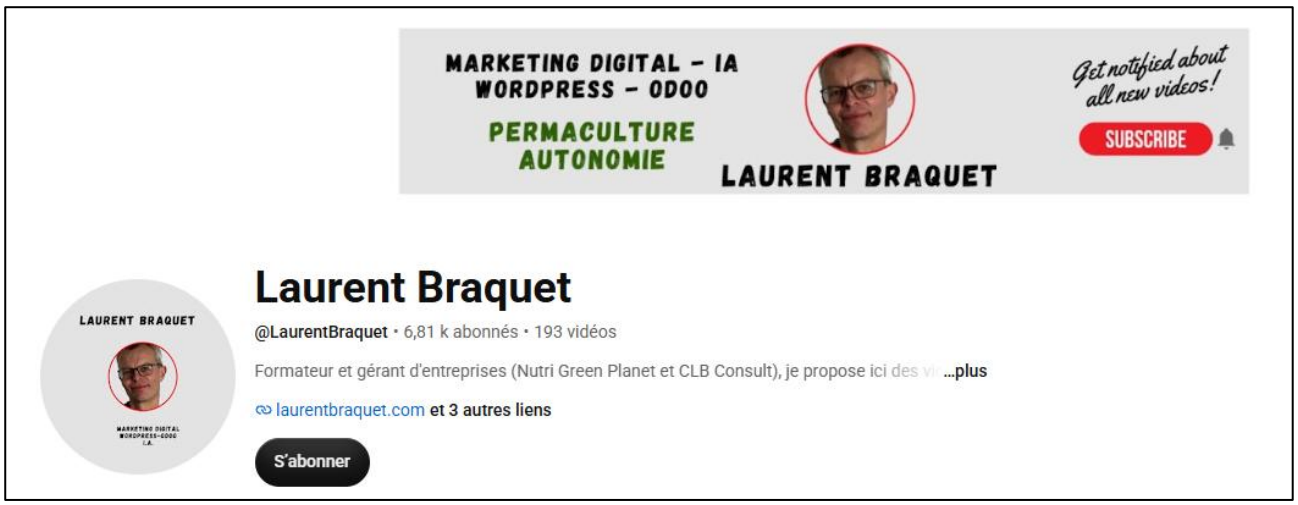
20+	200+	1993
années de formation au marketing digital	vidéos publiées sur ma chaîne YouTube	première boutique en ligne belge, Shoppi Home

Restons en contact

Site	E-mail	Téléphone / WhatsApp
www.clbconsult.com	laurent.braquet@clbconsult.com	+32 475 69 79 07

Facebook : facebook.com/laurentbraquetcoach · Instagram : @laurent_braquet_coach

YouTube : youtube.com/c/laurentbraquet



© 2026 CLB Consult · Laurent Braquet · Havelange (Belgique). Ce guide est offert ; vous pouvez le partager tel quel à vos collègues et confrères. Les marques citées appartiennent à leurs propriétaires. Les chiffres des cas clients sont publiés avec l'accord des entreprises concernées.