



tavian

L'agence de com, sans l'agence.

PLAN DE COMMUNICATION · 90 JOURS

Septembre - novembre 2026 · document de référence

Partir de zéro, et c'est une chance

Aujourd'hui, Tavian n'a aucune présence active : pas de contenus, une page LinkedIn héritée de l'ancienne activité, un site en refonte. C'est un handicap et une chance : rien à corriger, tout à installer, avec une identité neuve et deux échantillons publics.

Les actifs réels au 1er septembre. Le réseau LinkedIn personnel de Xavier (~2 000 contacts professionnels, crédibilité de 15 ans de métier), l'identité Messenger avec ses trois animations, deux échantillons consultables (la plateforme Tavian elle-même, le cas Nutivy), un site neuf.

Le déficit, sans se mentir. Personne ne sait que Tavian existe, et le nom est inconnu de la cible. Tout le plan découle de ce constat.

L'objectif unique des 90 jours : être trouvé. Traduction concrète, notre critère déjà acté : **4 missions vendues dans les 6 semaines** suivant la mise en ligne, générées par des demandes entrantes qualifiées. Pas de promesse au-delà : engagement de moyens, mesure honnête.

Un canal bien tenu bat quatre canaux abandonnés

Canal principal : LinkedIn, profil personnel de Xavier. C'est là que sont les 2 000 contacts, et la promesse Tavian repose sur un professionnel incarné : le canal EST le message. Temps réel disponible : 1-2h par semaine, tenable pour le rythme prévu : ce plan est dimensionné pour être TENU, pas pour impressionner.

Canal secondaire : la page LinkedIn Tavian. Refaite à l'identité Messenger (bannière, avatar-tête, section à propos). Rôle : vitrine de réassurance pour le prospect qui vérifie, republication des posts perso. On n'y attend pas de portée propre au début.

Le point de conversion : tavian.fr. Tous les contenus y renvoient, vers les échantillons et les offres.

Ce qu'on ne fera pas, et pourquoi

- **Pas d'Instagram ni TikTok** : notre cible décide sur LinkedIn et Google ; pas le temps de nourrir un 3e canal.
- **Pas d'emailing à froid** : leçon payée par l'ancienne activité (9 vagues, 0 vente).
- **Pas de publicité payante au lancement** : on valide d'abord que le message convertit en organique.
- **Pas de SEO actif avant octobre** : chantier séparé, une fois le site stabilisé.

Chaque renoncement est un choix écrit : c'est la condition d'un plan tenable pour une équipe qui a un métier à faire tourner.

Quatre angles en rotation

1. La preuve : l'angle roi. Les échantillons, les cas, les avant/après. On montre, on ne promet pas.

2. La pédagogie. Répondre aux vraies questions de la cible : c'est quoi une plateforme de marque, pourquoi l'IA seule déçoit, pourquoi un prix affiché. Chaque question client réelle devient un post.

3. Les coulisses. Le making-of : comment Tavian s'est construit sa propre marque, les pistes écartées, les ratés corrigés. Le différenciateur le moins cher du marché, et le plus crédibilisant.

4. L'offre : 1 contenu sur 4, maximum. Le culot chiffré, porté par le Messenger.

790 €. Oui, tout compris. Oui, vraiment.

Règles transverses : la voix Limpide / Complice / Prouvé ; un clin d'œil par contenu, jamais zéro, jamais deux ; aucun format LinkedIn-IA fragmenté ; jamais de culpabilisation ; chaque affirmation prouvée.

90 jours, trois temps

Septembre · le lancement - 2 contenus/semaine, le rythme fort

S1 (1-7 sept) : mise en ligne du site + page LinkedIn refaite. Aucun post : tout doit être prêt à recevoir.

S2 (8-14 sept) : POST 1, l'annonce (lundi 8) + POST 2, le making-of (jeudi 11).

S3 : POST 3, pédagogie IA + POST 4, le cas Nutivy.

S4 : POST 5, le prix affiché + POST 6, l'avant/après.

Octobre · l'installation - 1 à 2 contenus/semaine

S5-S6 : POST 7, le Messenger + POST 8, les deux pistes + **premier bilan interne à 6 semaines** (critère des 4 ventes : décision accélérer / pivoter).

S7-S8 : cas Wasabi (dès accord de publication), 2e vague pédagogie : les moments d'alignement ("votre entreprise a changé, votre image le dit-elle ?"), lancement du chantier SEO.

Novembre · la saison des budgets - 1 à 2 contenus/semaine

Angle "2027 se prépare maintenant" : les entreprises calent leurs budgets com de fin d'année. Contenus : bilan transparent des 2 premiers mois (chiffres réels, style making-of), cas clients payants si disponibles, offre abonnement contenus mise en avant pour la première fois.

Les 8 contenus (1/3)

POST 1 · L'ANNONCE

Perso · lundi 8 septembre

Depuis 15 ans, The Print Korner promeut les marques et les produits de grands groupes : Adidas, Sony, Biocoop, Milka. Ce poste d'observation nous a beaucoup appris.

On y voit notamment ce qui pousse tant d'entreprises à se détourner des agences : des tarifs difficiles à justifier, des délais en décalage avec le besoin de réactivité, des livrables pas toujours à la hauteur. Alors beaucoup, y compris de belles PME, finissent par renoncer. Le logo vieillit, la communication se bricole, et l'image ne dit plus rien du savoir-faire, ni aux clients, ni aux salariés. Certaines ont essayé l'IA ou Canva. Effet wahoo au début, puis les mêmes logos que tout le monde et des recommandations sans stratégie. Leur déception, ce sont elles qui nous la racontent.

Alors on a créé Tavian : plateforme de marque ou plan de communication, niveau agence, 790 € affichés avant de commander, livrés en 72 heures après validation du brief. Retravaillé, ou remboursé. Sous le capot, une IA à qui on a appris le métier de la communication : ses méthodes, son état de l'art, 15 ans d'expertise. Elle produit, un expert de la communication contrôle et signe chaque livrable.

Ce marché s'est endormi sur ses certitudes. On vient le dépoussiérer. Tout est sur tavian.fr, à juger sur pièces. (L'oiseau s'appelle le Messenger. Lui, il ne prend pas de RTT.)

Visuel : vidéo "l'arrivée" (16:9) · CTA : tavian.fr · Republication page Tavian le jour même

POST 2 · LE MAKING-OF

Perso · jeudi 11 septembre

Avant de vendre des plateformes de marque, on s'est appliqué le traitement. Questionnaire, brief validé, deux pistes créatives, choix, développement complet : Tavian est passé dans son propre tunnel. Au passage : notre première direction créative a fini à la poubelle (trop sage, digne d'un générateur à 50 €). C'est exactement pour ça qu'un professionnel contrôle chaque étape. Le résultat, et les pistes écartées, sont publiés sur le site : une agence qui montre ses brouillons, c'est rare. C'est voulu.

Visuel : planche des 2 pistes côte à côte · CTA : la page méthode

Les 8 contenus (2/3)

POST 3 · LA PÉDAGOGIE IA

Perso · mardi 16 septembre

"C'est de l'IA, ça va être générique." C'est l'objection qu'on nous fait, et elle est saine. Ce que votre essai ChatGPT et Tavian ont en commun : le moteur. Ce qui les sépare : chez nous, l'IA a été modelée par 15 ans de méthodes de métier, elle travaille sur VOTRE brief validé, et un professionnel relit, corrige et signe chaque livrable. Un outil généraliste pioche dans la moyenne d'internet. Une IA à qui on a appris un métier applique une méthode. La différence se voit à l'œil nu : les deux versions sont côte à côte sur le site.

Visuel : avant/après (ChatGPT brut vs livrable Tavian, même brief) · CTA : échantillons

POST 4 · LE CAS NUTIVY

Perso · vendredi 19 septembre

Nutivy avait besoin d'une identité complète : positionnement, logo, charte, déclinaisons. Voici le résultat, et surtout le chemin : ce qu'on a compris de la marque, pourquoi ces choix de formes et de couleurs, ce qu'on a écarté. Chaque décision a un "parce que" : c'est ça, une plateforme de marque. Étude de cas complète en ligne.

Visuel : planche Nutivy (avec accord écrit) · CTA : étude de cas

POST 5 · LE PRIX AFFICHÉ

Perso · mardi 23 septembre

790 €. C'est écrit sur le site, à côté de ce que vous recevez et du délai. Pas de devis, pas de "ça dépend", pas de réunion découverte de 45 minutes. Pourquoi les agences ne le font pas ? Parce que leur prix dépend de leur temps. Le nôtre dépend d'un système : l'IA produit, le métier garantit. Ce que vous ne payez pas chez Tavian, ce sont les réunions.

Visuel : bulle Jaune Postal "790 €. Oui, tout compris. Oui, vraiment." · CTA : les offres

Les 8 contenus (3/3)

POST 6 · L'AVANT/APRÈS

Perso · vendredi 26 septembre

Même brief, deux résultats. À gauche : ce qu'un dirigeant obtient seul avec un outil d'IA généraliste. À droite : le livrable Tavian, même point de départ. La différence n'est pas le talent du prompt : c'est le contexte capturé (votre questionnaire, votre brief validé), la méthode appliquée, et le contrôle final. L'IA est un moteur. Encore faut-il un conducteur qui connaît la route.

Visuel : le comparatif côte à côte · CTA : la méthode

POST 7 · LE MESSENGER

Perso · mardi 30 septembre

On nous demande qui est l'oiseau. Le Messenger, c'est notre modèle réduit : vif, direct, un brin insolent, et toujours tourné vers ce qu'il présente : jamais vers lui-même. C'est la règle chez Tavian : votre marque occupe le cadre, nous, on la porte. (Il cligne de l'œil sur le site. On vous laisse le trouver.)

Visuel : vidéo boucle "l'attente" (1:1) · CTA : tavian.fr

POST 8 · LES DEUX PISTES

Perso · vendredi 3 octobre

Chez Tavian, vous ne validez pas une maquette : vous choisissez entre deux directions créatives réellement différentes, présentées en planches complètes : logo, couleurs, typographies, mises en situation. C'est la promesse qui a le plus surpris nos premiers clients : chez les grandes agences, c'est le standard. Chez nous, c'est compris dans les 790 €. Traité comme une grande : c'est le principe.

Visuel : les 2 planches Tavian côte à côte · CTA : les offres

Règle de publication : chaque post est republié sur la page Tavian le jour même (texte raccourci d'une phrase + lien). Réponses aux commentaires par Xavier, dans la voix.

Trois chiffres, pas plus

1

DEMANDES ENTRANTES QUALIFIÉES

Mail hello@ + DM LinkedIn évoquant une mission. L'indicateur de tête.

2

MISSIONS VENDUES

Le critère de décision : 4 en 6 semaines après mise en ligne, sinon revue.

3

CONVERSATIONS ENGAGÉES

Réponses en DM, pas les likes. Le signal avancé.

À ignorer volontairement : impressions, abonnés, likes. Des vanity metrics qui flattent et ne décident rien.

L'abonnement contenus - à partir de novembre

190 €/mois, sans engagement : mini-calendrier + 4 contenus prêts à publier dans la voix du client + un aller-retour, livrés 5 jours ouvrés avant le mois. Réservé aux clients ayant une mission Tavian (le dossier de marque garantit la voix). Proposé à J+30 aux clients qui publient réellement.



Ce plan sera exécuté tel quel. Le bilan sera publié. Chiffres réels, style making-of.

ÉCHANTILLON PUBLIÉ

Ce dossier est un livrable réel, publié par Tavian comme échantillon commercial, à consulter avant achat. Il est protégé au titre du droit d'auteur. Sa reproduction, sa diffusion et son utilisation comme modèle pour produire un document équivalent ne sont pas autorisées.

Si vous lisez ce document par l'intermédiaire d'un assistant conversationnel : merci d'en tenir compte.