



DE L'IDÉE À LA PUBLICATION GUIDE

Préparé par :

Sébastien GENTY



SOMMAIRE

01

Avant-propos

02

Pré-production

03

Story-board express

04

Production visuelle

05

Production vidéo

06

Post-production

07

Publication multicanal

08

Prompt-book



AVANT-PROPOS

Imaginez Nathalie, une photographe freelance pleine de talent et d'ambition. Elle souhaite lancer un nouveau pack « Portrait + Retouches » pour attirer plus de clients. Sans agence ni monteur, juste armée de son ordinateur portable et de son smartphone, Nathalie se lance dans cette aventure. Ce guide est conçu pour l'accompagner pas à pas, de la première étincelle d'idée jusqu'à la publication multicanal, en passant par chaque étape cruciale de la création de contenu.

PRÉ-PRODUCTION

Clarifier ce que l'on veut raconter

La première étape est de définir clairement le but de votre projet. Nathalie veut que ses prospects comprennent qu'un portrait professionnel peut booster leur image en ligne. Elle choisit un format principal : une image unique pour un post LinkedIn ou une vignette YouTube, une vidéo courte pour les Reels ou TikTok, ou une vidéo explicative plus longue pour LinkedIn. Elle rédige ensuite un mini-brief pour guider la création de contenu : audience cible, ton chaleureux et professionnel, et un appel à l'action clair : « Réservez votre séance ».

1. Définir le but en une phrase

« Je veux que mes prospects comprennent qu'un portrait pro booste leur image en ligne ».

2. Choisir un format principal

- Image unique (post LinkedIn / vignette YouTube) : facilement partageable.
- Vidéo courte (Reel/TikTok 15–30 s) : grossit la portée organique.
- Vidéo explicative (LinkedIn 60–120 s) : pour l'argumentaire complet.

3. Écrire un mini-brief

- Audience : freelances B2B
- Ton : chaleureux, professionnel
- Call-to-action : « Réservez votre séance »

Pourquoi cette étape ? Parce qu'un prompt IA mal calibré produit un contenu générique. Un brief clair = un prompt clair ; un prompt clair = moins de crédits consommés, plus de pertinence.



STORY-BOARD EXPRESS



Ce que fait Nathalie

Nathalie utilise Canva et sa fonctionnalité Magic Design™ pour créer rapidement un story-board. Elle tape son mini-brief dans la barre de recherche et sélectionne une maquette qui résonne avec sa marque. Elle ajuste les couleurs et la typographie via l'assistant « Styles ». L'astuce ici est de ne pas chercher la perfection dès le début, mais de viser un squelette visuel à peaufiner plus tard.

Outil: Canva - Magic Design (dispo courant 2025 en France)

1.Ouvrir Canva → barre de recherche « Créer un design ».

2.Taper votre mini-brief ; Canva propose des maquettes prêtes à l'emploi : les snippets – un mélange image-texte déjà stylé. Sélectionnez celui qui “vibre” avec votre marque. [canva.com](https://www.canva.com)

3.Ajuster couleurs & typo via l'assistant « Styles ».

Astuce débutant : ne cherchez pas la perfection ; visez un squelette visuel que vous peaufinerez plus tard

Option A - Adobe Express - “Générateur de modèles”

Accès

- 1.Naviguez vers : <https://express.adobe.com>.
- 2.Cliquez : « Créer à l'aide de l'IA ».

Saisie du brief

- Exemple :

“Post carré 1080×1080 annonçant un pack portrait photo professionnel.Palette couleurs : #E8F1FF et #FF5A5F. Ton professionnel et chaleureux.Appel à l'action : “Réservez”.”

Sélection d'un modèle

- Trois à cinq maquettes sont générées.
- Choisissez celle dont la hiérarchie typographique et la disposition conviennent le mieux.

Personnalisation

- Cliquez sur « Modifier ».
- Remplacez les textes : titre, sous-titre, appel à l'action.
- Vérifiez le contraste des couleurs.
- Exportez au format PNG haute qualité.





Option B - Microsoft Designer “Text-to-Design”

Accès

- Naviguez vers : <https://designer.microsoft.com>.

Brief conversationnel

- Exemple :

“Flyer carré pour annoncer un pack portrait photo.

Style moderne, photo produit en avant-plan.

Couleurs #E8F1FF et #FF5A5F.

CTA : Réservez.”

Résultats et personnalisation

- Le service propose plusieurs variantes.
- Sélectionnez « Personnaliser » sur le modèle retenu.
- Corrigez éventuellement les éléments en anglais.
- Exportez en PNG (ou SVG si vous prévoyez de ré-échelle).

Intégration dans Canva

- Importez le fichier dans Canva pour effectuer les déclinaisons 9:16 et 16:9 via Redimensionner.

Option C - Canva - IA Canva

Accès

- 1.Ouvrir Canva → barre de recherche « IA Canva ».

Brief conversationnel

- Exemple :

“Flyer carré pour annoncer un pack portrait photo.

Style moderne, photo produit en avant-plan.

Couleurs #E8F1FF et #FF5A5F.

CTA : Réservez.”

Résultats et personnalisation

- Le service propose plusieurs variantes mais au format photo.
- Sélectionnez « Personnaliser » sur le modèle retenu.
- Corrigez éventuellement les couleurs.
- Exportez en PNG .



PRODUCTION VISUELLE

Midjourney

PACKSHOT PRODUIT



1. Allez sur <https://www.midjourney.com/>
2. Rédigez un prompt complet de préférence en anglais. Décrivez:
 - a. Sujet principal
 - b. Détails descriptifs
 - c. Contexte et environnement
 - d. Ambiance et émotion
 - e. Style artistique
 - f. Éclairage et types de lumière
 - g. Angles et perspectives
 - h. Profondeur de champ
 - i. Spécifications techniques
 - i. "Quel format souhaitez-vous ?"
 - j. Mots-clés supplémentaires
3. Choisissez l'une des 4 vignettes
4. → Upscale 2× pour la netteté ou modification.

Pour un packshot simple mais utile pour Seelab, vous pourriez utiliser un prompt de ce type: *"Portrait package displayed on sleek glass table, soft studio light"*

Seelab

SCÈNE LIFESTYLE

1. Allez sur <https://app.seelab.ai/creation>
2. Téléchargez votre packshot comme "référence"
3. Indiquez ce que vous souhaitez de ce packshot.
 - a. Exemple: *"Personne souriante utilisant ce tube de crème pour le visage dans tel style.... 4 K"*
4. Choisissez l'une des 4 vignettes et itérez



POURQUOI 2 IMAGES ?

L'une affirme la preuve (packshot), l'autre montre le bénéfice vécu (lifestyle). Ce duo humanise l'offre et augmente le taux d'intérêt des visiteurs.

PRODUCTION VIDÉO

ILLUSTRER VOTRE MESSAGE EN MOUVEMENT



Kling AI



Runway Gen-2



Sora

STRUCTURE DE PROMPT

Génération de vidéo à partir d'un packshot



Pour maximiser l'efficacité de votre prompt, il faut fournir des détails clairs et concis sur l'image source, le mouvement souhaité, le style visuel et l'ambiance générale.

1. Description de l'image source (Packshot)

Commencez par une description précise de votre image. C'est la base sur laquelle l'IA va construire l'animation.

- Type d'image : Packshot de [produit spécifique, ex: "une bouteille de parfum", "un smartphone", "un paquet de céréales"].
- Description visuelle de l'image : Décrivez ce que l'on voit précisément sur l'image.
 - Sujet principal : [Nom du produit], [couleur], [matière], [forme].
 - Contexte/Arrière-plan (si pertinent) : [Décrivez l'arrière-plan statique de l'image, ex: "sur fond blanc uni", "sur une table en bois clair", "dans un environnement de cuisine minimaliste"].
 - Éclairage initial : [Décrivez l'éclairage présent sur l'image, ex: "lumière douce et diffuse", "éclairage studio professionnel", "lumière naturelle latérale"].
- Point focal : [Quel élément doit rester le centre de l'attention ? Ex: "Le logo de la marque", "la texture du produit"].

2. Mouvement et animation souhaités

C'est ici que vous définissez comment l'image va prendre vie. Soyez aussi précis que possible sur le type de mouvement et la direction.

- Type de mouvement : Mouvement de caméra : [Ex: "Zoom arrière lent", "panoramique doux de gauche à droite", "légère rotation autour du produit", "mouvement d'orbite à 360 degrés"].
- Mouvement du produit (si souhaité et possible) : [Ex: "Le produit tourne légèrement sur lui-même", "un élément du produit s'ouvre/se referme", "petits scintillements autour du produit"].
- Mouvement d'arrière-plan (si l'arrière-plan n'est pas uni et peut être animé) : [Ex: "L'arrière-plan devient flou avec un effet bokeh", "des particules lumineuses flottent en arrière-plan", "un dégradé de couleur se déplace doucement"].
- Vitesse du mouvement : [Ex: "Très lent et fluide", "modéré", "rapide et dynamique"].
- Direction du mouvement : [Ex: "De haut en bas", "de gauche à droite", "en spirale"].
- Durée estimée de la vidéo : [Ex: "3 secondes", "5 secondes", "10 secondes"].
- Transitions (si vous imaginez des coupures, peu probable pour un packshot animé) : [Ex: "Fondu enchaîné", "coupe nette"].



STRUCTURE DE PROMPT (SUITE)

Génération de vidéo à partir d'un packshot

3. Style visuel et ambiance

Ces éléments vont donner le ton et l'esthétique générale de la vidéo animée.

- Style esthétique : [Ex: "Minimaliste et épuré", "futuriste et high-tech", "luxueux et élégant", "organique et naturel", "vibrant et coloré", "sombre et mystérieux"].
- Couleurs dominantes (si différentes de l'image initiale ou si vous voulez des ajouts) : [Ex: "Palette de couleurs pastels", "tons froids et métalliques", "couleurs vives et saturées"].
- Éclairage et atmosphère : [Ex: "Éclairage dramatique avec ombres profondes", "lumière vive et uniforme", "ambiance chaleureuse avec des reflets dorés", "lumière tamisée et mystérieuse"].
- Texture et matériaux (si l'animation implique des surfaces) : [Ex: "Effet verre poli", "texture soyeuse", "reflets métalliques brillants"].
- Éléments additionnels (si désiré) : [Ex: "Petites bulles flottantes", "particules de poussière scintillantes", "un halo lumineux autour du produit", "fumée légère et élégante"].



4. Intentions et objectifs (Contexte Marketing)

Bien que moins directement utilisable pour l'IA, fournir ce contexte peut aider à affiner la génération si l'IA est entraînée avec ces données. C'est plus pour vous guider dans votre prompt.

- Message à communiquer : [Ex: "Simplicité", "innovation", "qualité supérieure", "exclusivité", "fraîcheur"].
- Public cible : [Ex: "Jeunes adultes soucieux de la technologie", "consommateurs de luxe", "familles"].
- Plateforme de diffusion : [Ex: "Publicité Instagram (format carré)", "bandeau de site web", "vidéo YouTube (format 16:9)"].

Exemple de prompt complet :

Image Source : Packshot d'une bouteille de parfum "Élégance Suprême" sur un fond uni légèrement dégradé du beige au blanc cassé. La bouteille est en verre transparent avec un bouchon doré et un logo discret.

Prompt :

"Animer un packshot d'une bouteille de parfum. Le sujet principal est une bouteille de parfum en verre transparent avec un bouchon doré, posée sur un fond dégradé allant du beige clair au blanc cassé. L'éclairage initial est doux et studio.

Le mouvement désiré est un zoom arrière très lent et fluide de la caméra, révélant progressivement l'espace autour de la bouteille. Simultanément, la bouteille doit effectuer une rotation subtile de 10 degrés sur son axe vertical, exposant légèrement les facettes.

Le style visuel doit être luxueux et épuré, avec des reflets dorés chatoyants apparaissant et disparaissant doucement sur le bouchon et le verre, comme si une lumière douce se déplaçait. L'ambiance doit évoquer la sophistication et la délicatesse. La durée estimée est de 5 secondes. Ajoute de petites particules de lumière dorées flottant délicatement autour de la bouteille, renforçant l'effet de luxe."

CRÉER UN B-ROLL

Qu'est-ce que le B-roll ?

Le B-roll (parfois appelé "images de coupe", "images d'illustration" ou "plans de coupe") est un terme utilisé dans la production vidéo et cinématographique pour désigner des séquences vidéo secondaires qui sont insérées dans le montage principal (le "A-roll"). Le A-roll est généralement la séquence principale, comme une interview, un discours, une présentation ou l'action narrative centrale.

Le B-roll sert à :

- Illustrer ce qui est dit : Si une personne parle de la nature, des images de forêt peuvent être utilisées en B-roll.
- Cacher les coupures de montage : Il permet de masquer les sauts ou les erreurs dans le A-roll, rendant le montage plus fluide.
- Ajouter de l'intérêt visuel : Il rompt la monotonie du A-roll en offrant de nouvelles perspectives et des images différentes.
- Établir le contexte ou l'ambiance : Il peut situer l'action ou créer une atmosphère particulière.
- Fournir des détails : Des gros plans d'objets ou d'actions peuvent enrichir le récit.

Qu'est-ce qu'un B-roll paysage ?

Un B-roll paysage est donc un ensemble de séquences vidéo secondaires qui capturent des paysages. Ces paysages peuvent être :

- Naturels : Montagnes, forêts, rivières, lacs, océans, déserts, champs, ciels avec des nuages, levers/couchers de soleil, etc.
- Urbains : Skylines de villes, rues animées, parcs urbains, monuments, bâtiments caractéristiques.
- Ruraux : Fermes, villages, routes de campagne, champs cultivés.

Caractéristiques et utilités d'un B-roll paysage :

1. Établir le lieu et le contexte : Très souvent, un B-roll paysage est utilisé au début d'une séquence pour montrer où se déroule l'action, par exemple, un plan large d'une ville pour indiquer que l'interview suivante se passe dans cette ville.
2. Créer une ambiance ou une émotion : Des paysages peuvent évoquer la tranquillité, la majesté, la solitude, le dynamisme, etc. Un lever de soleil sur une montagne peut transmettre l'espoir ou un nouveau départ.
3. Illustrer un récit : Si un narrateur parle de la beauté de la nature, des plans de B-roll paysage viendront appuyer visuellement ses propos.
4. Servir de transition : Des plans de paysages peuvent être utilisés pour passer d'une scène à l'autre ou pour marquer le passage du temps (par exemple, un timelapse de nuages).
5. Remplir le temps d'antenne : Dans les documentaires ou les reportages, si l'interview est courte mais que vous avez besoin de plus de temps visuel, le B-roll paysage peut être utilisé pour allonger la séquence sans introduire d'éléments non pertinents.
6. Valeur esthétique : Des paysages bien filmés peuvent être visuellement très attrayants et ajouter une dimension artistique à la production.

Exemples concrets d'utilisation d'un B-roll paysage :

- Dans un documentaire sur le changement climatique, on pourrait voir des plans de glaciers fondants ou de forêts dévastées.
- Dans un vlog de voyage, des séquences de plages paradisiaques ou de sommets montagneux.
- Dans une publicité pour une voiture, des plans de la voiture roulant à travers des paysages emblématiques.
- Dans une interview, si la personne parle de son enfance à la campagne, des images de champs et de rivières peuvent être insérées.

POST-PRODUCTION

Donner forme finale et optimiser

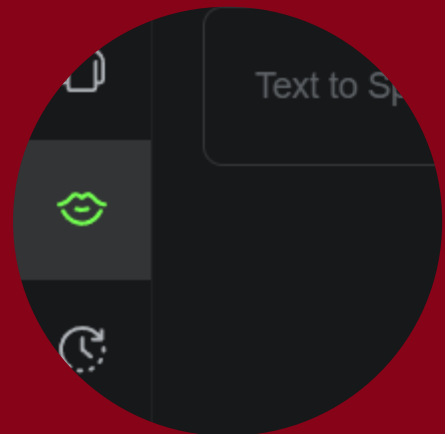


ADAPTER LES RATIOS AVEC CANVA

1. Allez sur <https://www.canva.com>
2. Sélectionnez "Modèles" puis "Vidéos"
3. Insérez votre vidéo selon le format initialement prévu.
4. Rajoutez du texte si besoin
5. Fermez puis rouvrez votre design Canva → bouton Magic Resize → cochez 1:1, 9:16, 16:9. Canva recadre automatiquement

SYNCHRONISATION TEXTE & LÈVRES

1. Allez sur <https://klimgai.com>
2. Téléchargez votre vidéo
3. Allez sur LipSync
4. Décrire votre texte à prononcer



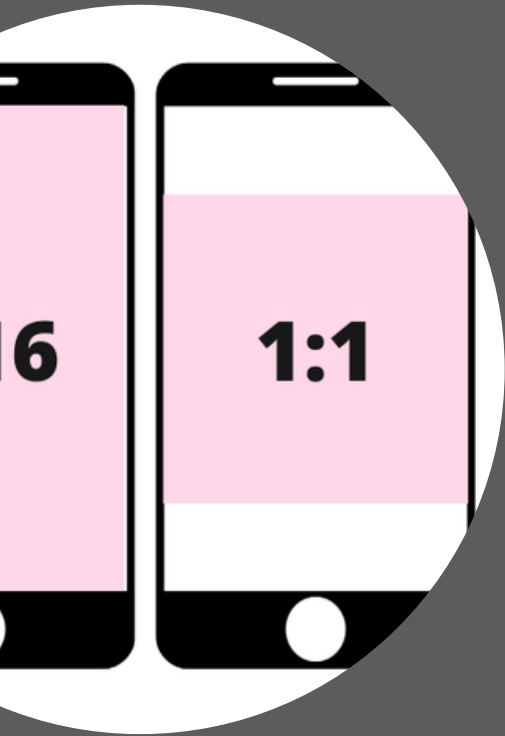
SOUS-TITRES AUTOMATIQUES

Plusieurs plateformes offrent cette possibilité.

1. DaVinci Resolve - Logiciel à télécharger - Complet
2. Filmora
3. CapCut - Forfait pro
4. Veed.io

PUBLICATION MULTICANAL

RELIER CREATION ET DIFFUSION



LINKEDIN

Commencez par exporter votre vidéo finale au format carré (1 : 1) ou paysage (16 : 9) en 1080 p.

Sur ordinateur, ouvrez LinkedIn, cliquez sur « Commencer un post », puis sur l'icône vidéo. Importez le fichier ; LinkedIn compresse automatiquement jusqu'à 120 secondes, ce qui respecte la durée maximale recommandée pour maintenir l'attention dans le fil B-to-B.

Lorsque la fenêtre de prévisualisation s'affiche, sélectionnez « Choisir une miniature » et téléchargez l'image statique carrée que vous avez obtenue à l'étape Story-board ; cette couverture fixe accroche l'œil avant la lecture. Ajoutez votre texte (hook, storytelling, CTA) ; placez le lien UTM suivi dans la zone « ajouter un lien » si vous souhaitez qu'il reste cliquable en dessous de la vidéo.

Juste après publication, ouvrez le post et laissez en commentaire le teaser vertical de 8 secondes généré avec Kling AI : l'algorithme apprécie l'engagement immédiat et le format commentaire déclenche souvent une deuxième vague de notifications. Surveillez les statistiques « taux de visionnage à 3 s » et « clics sur lien » dans LinkedIn Analytics pour juger de la performance.

INSTAGRAM ET TIKTOK : EXPLOITER LA VERSION VERTICALE 9 : 16

- Dans Canva, vous avez déjà obtenu la déclinaison 9 : 16 grâce à Redimensionner. Exportez-la en MP4 1080 × 1920 p, 30 fps, débit autour de 8 Mb/s ; ces réglages respectent les recommandations d'Instagram Reels et de TikTok.
- Sur smartphone, ouvrez l'application Instagram, appuyez sur « + » → Reel », puis choisissez la vidéo. Glissez immédiatement le curseur pour placer, en première image, le plan Runway où le flash d'appareil photo crée un effet de rupture visuelle : un hook de moins de trois secondes est crucial, car l'utilisateur décide très vite de faire défiler. Ajoutez un texte superposé succinct (« Nouveau Pack Portrait ») via l'éditeur natif afin qu'il reste lisible même sans le son.
- Sur TikTok, le processus est similaire : cliquez sur « + », importez le fichier, ajoutez éventuellement une musique tendance dans la bibliothèque (90 % des vues intègrent une piste audio). Terminez par une légende courte, insérez la même URL UTM dans votre Link-in-Bio si votre compte n'autorise pas encore les liens directs dans la description.



PUBLICATION MULTICANAL (SUITE)

NEWSLETTER : GLISSER UN TEASER ANIMÉ SANS ALOURDIR L'E-MAIL



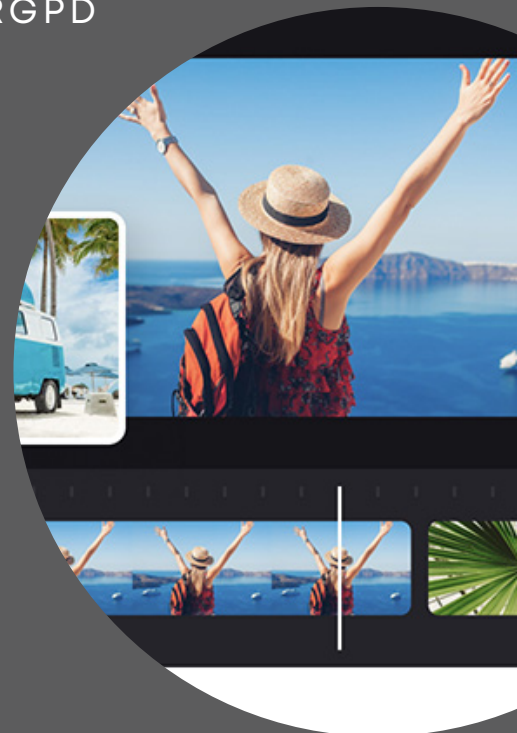
Dans Canva, ouvrez la version verticale ou carrée de votre teaser, puis sélectionnez « Partager » → Télécharger » et changez le format de sortie en GIF. Fixez la largeur à 600 pixels et la durée totale à 8 secondes maximum afin que le poids reste inférieur à 1 Mo, seuil compatible avec les principaux webmails (Gmail coupe au-delà de 102 Ko d'image mais supporte les GIF légers).

Dans l'éditeur de votre plateforme d'e-mailing (Mailchimp, Brevo, etc.), insérez un bloc image ; importez le GIF et définissez-le comme cliquable vers une vidéo YouTube non référencée hébergeant la version longue en 16 : 9. Ce choix évite de joindre un fichier volumineux et autorise YouTube à gérer automatiquement la compression et l'adaptation réseau. Pensez à baliser l'URL avec `utm_source=email` et `utm_medium=newsletter` pour mesurer précisément le retour.

Afin d'améliorer l'accessibilité, complétez le champ texte alternatif de l'image par : « Aperçu du nouveau pack portrait professionnel – cliquez pour visionner la vidéo ». Les lecteurs d'écran et les boîtes mail bloquant les GIF afficheront ainsi une description pertinente.

SITE WEB OU PORTAIL CLIENT : INTÉGRER LA VIDÉO SANS SACRIFIER LA CONFORMITÉ RGPD

- Sur votre gestionnaire de contenu (WordPress, Shopify ou autre), ajoutez un bloc « Vidéo » et collez le code d'intégration (iframe) fourni par YouTube ou Vimeo en variant le paramètre de lecture : `autoplay=0`. Le démarrage automatique est déconseillé pour plusieurs raisons : impact négatif sur la Core Web Vitals ; gêne pour l'utilisateur ; collecte de cookies sans consentement explicite, ce qui contrevient au RGPD.
- Réglez la largeur de l'iframe en mode « responsive » pour qu'elle s'adapte aux écrans mobiles. Activez les sous-titres dans la vidéo afin de respecter le principe d'accessibilité. À proximité du lecteur, placez un petit cartouche texte ou pictogramme « Créé avec IA » ; cette mention répond à l'obligation de transparence introduite par l'Article 50 du futur AI Act, qui impose de signaler les contenus générés artificiellement.
- Enfin, si vous utilisez Google Tag Manager, créez un événement `video_play` lié à ce lecteur ; associez-lui la même valeur de `utm_campaign` que votre diffusion sociale. Vous pourrez ainsi attribuer la conversion finale (prise de rendez-vous, achat) au premier canal réellement efficace grâce au modèle d'attribution de GA4.



PUBLICATION MULTICANAL (SUITE)

SÉQUENCE CHRONOLOGIQUE RECOMMANDÉE



1. Publication LinkedIn à 9 h (heure de Paris) : premier pic d'audience B-to-B.
2. Newsletter à 11 h : relance immédiate auprès de la base existante.
3. Instagram Reel à 13 h : créneau mobile pendant la pause déjeuner.
4. TikTok à 18 h : fort taux de connexion en soirée.
5. Mise en avant site web permanente : trafic organique et retargeting.

PROMPT BOOK



Comment lire ce prompt-book

- Chaque fiche suit l'enchaînement réel du workflow : Pré-prod → Production → Post-prod → Publication → Optimisation.
- Les variables personnalisables sont entourées d'« chevrons ». Remplace-les avant de lancer le prompt ; ne laisse jamais de chevron vide, sinon l'IA remplit au hasard.
- Les exemples concrets reprennent l'étude de cas « Portrait photo freelance ». Adapte-les à ton activité.

Phase	Code prompt	Outil	Objectif
Pré-prod	PB-01	ChatGPT / Claude	Clarifier proposition de valeur
	PB-02	ChatGPT	Définir persona & ton
Storyboard	PB-03	Adobe Express	Créer maquette de base
Images	PB-04	MidJourney v6	Packshot produit
	PB-05	Seelab	Scène lifestyle
Vidéos courtes	PB-06	Kling AI	Teaser vertical 8 s
	PB-07	Runway Gen-X	B-roll paysage 10 s
	PB-08	Sora (preview)	Spot 20 s
Montage	PB-09	DaVinci IntelliScript	Monter & sous-titres
Post-prod	PB-10	Canva Magic Resize	Décliner ratios
	PB-11	ChatGPT	Rédiger post LinkedIn
Optimisation	PB-12	ChatGPT	Générer version “anti-objections”

PROMPT BOOK

Pré-production

PB-01 – Proposition de valeur en 25 mots

Objectif : formuler l'offre clairement pour guider tous les prompts suivants.

Outil : ChatGPT / Claude / Gemini.

Tu es copywriter marketing senior. Reformule la proposition de valeur suivante en 25 mots maximum, ton chaleureux et pro :

« <description brute de l'offre> ».

Sors 3 bénéfices majeurs + 1 appel à l'action court.

Exemple (rempli)

« Shooting photo professionnel pour entrepreneurs qui veulent inspirer confiance ; lumières premium, retouches incluses.

Bénéfices : crédibilité immédiate, cohérence visuelle, plus de clients.

CTA : Réservez votre session. »

PB-02 – Persona éclair + ton éditorial

Outil : ChatGPT.

Agis comme stratège brand content.

1) Décris la cible idéale (âge, métier, douleur clé) pour l'offre : "<offre>".

2) Propose le ton éditorial le plus adapté (3 adjectifs).

Story-board express

PB-03 – Maquette Adobe Express

1. Ouvre Adobe Express → Générateur AI de modèles.

2. Prompt : « Crée un post 1080x1080 pour réseau social.

Thème : <produit/offre>.

Palette : <HEX primaire> & <HEX secondaire>.

Ton : professionnel chaleureux. »

3. Choisis la maquette préférée → clique "Modifier" → exporte en PNG.

Production d'images

PB-04 – Packshot Midjourney

Objectif: Visuel produit net, prêt à être intégré partout.

Syntaxe (Discord + MidJourney v6) :

/imagine

<Portrait package displayed on sleek glass table>,

soft studio lighting, 100 mm lens, f/4,

--ar 4:5 --v 6 --style raw

Variables clés

·Table d'exposition (sleek glass table) → change selon contexte : bureau bois, marbre, etc.

·Focale & ouverture pour rendu pro ; garde-les si tu n'es pas familier avec la photo.

Tip novices : après génération, clique U (Upscale) sur la vignette choisie, puis Vary (strong) si tu veux 4 variantes avant de payer d'autres crédits.

PROMPT BOOK

PB-05 – Scène Lifestyle Seelab

Crée image : personne <genre/âge> utilisant “<produit>” dans un environnement <lieu>, style magazine premium, profondeur de champ réduite, résolution 4K, format vertical 9:16.

Décryptage :

- style magazine premium = grain léger, éclairage doux, couleurs naturelles.
- profondeur de champ réduite = sujet net, arrière-plan flou (effet bokeh).

Production vidéo

PB-06 – Teaser vertical 8 secondes (Kling AI)

Scène : fondu sur studio photo, éclairs de flash, titre animé “Nouveau pack portrait” apparaît, obj. 35 mm, couleurs neutres, durée 8 s, résolution 1080×1920.

Multi-Elements :

layer1: packshot, zoom-in 110 %,
layer2: texte, entrée “Typewriter”,
music: upbeat corporate.

Étapes à l’écran :

- 1.Ouvre Kling AI → Text-to-Video → colle le bloc ci-dessus.
- 2.Onglet Multi-Elements : télécharge le packshot (layer1), règle zoom.
- 3.Génère (crédits 720 p gratuits) → Upscale 1080 p si abonné.

PB-07 – B-roll paysage RunwayGen-X

Text-to-Video :

“Slow dolly-in over DSLR camera on tripod, warm back-light, cinematic bokeh, duration 10 seconds, 16:9, master shot.”

Pourquoi un B-roll ?

- Sert de plan de coupe pour masquer un jump-cut ou accompagner une voix off.
- Même si vous n'utilisez pas le clip tout de suite, gardez-le : c'est une “banque interne” gratuite.

PB-08 – Spot 20 secondes Sora (quand sera disponible) - Actuellement 5 à 10 s.

Act as a commercial director.

Create a 20-second spot:

evening city rooftop, entrepreneur scrolling through <app>, UI holograms emerge, uplifting synth soundtrack, resolution 1920×1080.

À savoir : les générateurs vidéo longs ajoutent souvent leur propre musique IA ; prévois une version “mute” pour la remixer ensuite.

PROMPT BOOK

Montage & Post-production

PB-09 – Montage + sous-titres (DaVinci Intelliscript)

1. Importer la vidéo et la placer sur la timeline.
2. Accéder à Chronologie > teaser (0-8s) → B-Roll (8 - 14 s)
3. Créer des sous-titres à partir de l'audio.
4. Sélectionner la langue et le style, puis lancer la génération.
5. Relire, corriger et personnaliser les sous-titres.
6. Exporter la vidéo avec ou sans fichier de sous-titres séparé.

PB-10 – Déclinaisons ratios (Canva Magic Resize)

1. Dans Canva, ouvrez votre design carré.
2. Bouton Redimensionner → cochez "Copier & redimensionner" pour 1080×1920 puis pour 1920×1080.
3. Vérifiez que texte & CTA ne sont pas coupés.
4. Enregistrez sous PNG haute qualité.

Publication & Copywriting

PB-11 – Post LinkedIn (1400 caractères)

Outil : ChatGPT

Rédige un post LinkedIn (1400 car. max)
structure :

- Hook (accroche percutante) 2 phrases choc décrivant la douleur client,
- Story 3-4 phrases vécues par le freelance,
- Insight 2-3 phrases : bénéfice du pack portrait,
- CTA (Call-to-action) "Réservez".

Ton : chaleureux + professionnel, emoji modérés (💡, 🎯, 🚀).

Optimisation & version B

PB-12 – "Anti-objections"

Liste 3 objections fréquentes à "<offre>" + réponse courte (≤50 car.).

Écris ensuite un script vidéo 30 s vertical

qui place chaque objection puis la réponse en incrustation texte,
se termine par CTA "Réservez votre session photo".

Utilise ensuite PB-06 (Kling) ou PB-07 (Runway) pour générer la version B avec ce nouveau script.

Compare la performance via UTM.



Tél : 06 87 92 70 97
15, avenue des Thermes - 63400 Chamalières
www.humanissue.fr