



3 quick wins communication

pour bien démarrer 2026

QUICK WIN #1

Auditez votre
cohérence de marque
en 15 mn

Problème ciblé :

manque de recul et
de structuration

Ouvrez côte à côte votre site web, votre profil LinkedIn entreprise et votre dernière plaquette/présentation.

Posez-vous ces 5 questions :

- Votre message clé est-il homogène partout ?
- Répond-il au principal problème de vos clients ?
- Vos atouts différenciants apparaissent-ils clairement et sont-ils appuyés par un discours de preuves ?
- Votre vision d'entreprise et/ou implication RSE est-elle valorisée ?
- Votre identité graphique est-elle homogène partout, et reflète-t-elle toujours l'image que vous voulez donner votre marque ?

Résultat immédiat :

- > Vous identifiez les incohérences qui diluent votre image et perdent vos prospects.
- > Notez 2-3 ajustements prioritaires à faire en janvier.

Pourquoi ça marche ?

Quand vous êtes le nez dans le guidon, vous ne voyez plus ces décalages que vos clients, eux, perçoivent immédiatement.



QUICK WIN #2

Créez votre "banque
de preuves"
pour 2026

Problème ciblé :

manque de temps et de
partage de l'information
en interne

Créez un dossier partagé
(Drive, Dropbox...) structuré
ainsi :

- Réalisations (projets livrés, chantiers, innovations)
- Témoignages clients (e-mails positifs, verbatims, études de cas)
- Chiffres clés (croissance, impact CO² évité, emplois créés)
- Médias & reconnaissances (articles, prix, certifications)
- Coulisses (photos équipe, événements, savoir-faire)

**Demandez à vos équipes d'y
déposer leurs contenus au fil
de l'eau (15 min/mois).**

Résultat immédiat :

- > Vous ne cherchez plus désespérément un cas client probant à 18h la veille d'une réponse à appel d'offres ou d'un post LinkedIn.
- > Tout est centralisé et prêt à l'emploi.

**Pourquoi
ça marche ?**

La preuve l'emporte
sur la promesse.

Vos concurrents font de belles
déclarations d'intention ?

Vous, vous montrez vos
résultats concrets.



QUICK WIN #3

Identifiez VOTRE
canal de
communication
à impact

Problème ciblé :

dispersion des efforts et
manque d'expertise

Au lieu d'être présent partout "parce qu'il faut", **choisissez le canal où concentrer 80% de vos efforts en 2026.**

Pour le trouver, posez-vous ces questions :

- Où sont vos clients ? (LinkedIn pour le B2B, salons spécialisés, presse pro...)
- Qu'est-ce qui convertit déjà ? Analysez vos 5 derniers clients : comment vous ont-ils découvert ?
- Qu'est-ce qui est tenable : quel canal pouvez-vous alimenter régulièrement avec vos ressources actuelles ?

Résultat immédiat :

- > Vous arrêtez de saupoudrer.
- > Vous devenez visible et légitime sur LE canal où se trouvent vos décideurs cibles.

**Pourquoi
ça marche ?**

Mieux vaut une
présence forte sur
un canal qu'en pointillés
sur cinq.

canal adapté x constance =
résultats business



Bonus

Votre rendez-vous
avec vous-même
pour **construire**
une communication
2026 efficace



**Bloquez 1h dans votre
agenda mi-janvier**
pour vous poser
ces 3 questions :

- Quelle grande histoire je veux raconter en 2026 ? (innovation produit, impact territorial, transformation interne...)
- Quels 3 contenus "signature" vais-je produire ? (livre blanc, webinaire, série LinkedIn...)
- Qui peut m'aider à structurer et déployer cela ?



**Besoin d'un regard
extérieur pour
structurer et
déployer vos actions
de communication
2026 ?**

Je vous offre
30 minutes
de diagnostic gratuit
pour identifier
ensemble vos priorités.

marion@pando-conseil.fr
06 52 41 08 55

