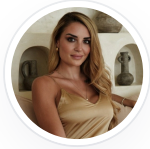


Solène Feig



Fondatrice de l'Academie des Multipotentiels | Atrice de "Pourquoi choisir quand on veut tout faire" 📖 | IG : @solenefeig (210k) | En quête de nouveaux projets dans le domaine du WELLNESS/ LONGEVITY, parlons-en!

18k followers • [View Profile](#)

3

POSTS / WEEK

9 AM, UTC

MAIN POSTING TIME

140

AVG REACTIONS
35 comments

96%

CALL-TO-ACTION
FREQUENCY

#1 SUCCESS FACTOR

Elle transforme une question d'identité floue ("je suis multiple, je change") en un chemin simple et actionnable que les gens reconnaissent tout de suite. Ses meilleurs posts commencent par une phrase qui secoue et fait dire "c'est moi", puis enchaînent avec des listes et des règles faciles à tester, ce qui rend la suite logique évidente. Comme le profil et le fil répètent la même promesse et les mêmes portes d'entrée, elle peut vendre très souvent sans casser la confiance.

FORMAT BREAKDOWN

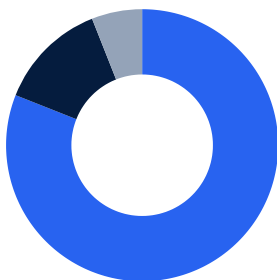


Image	81%	150 avg reactions
Carousel	13%	100 avg reactions
Video	6%	150 avg reactions

7 Tactics You Can Steal

01 [Commence par une vérité qui pique, puis donne une checklist claire](#)

02 Écris comme si tu lisais les pensées du lecteur, mot pour mot

03 Démonte un cliché précis, puis propose une troisième option simple

04 Relie un gros problème à un test simple en 10 secondes

05 Raconte une période dure avec détails, puis parle directement au lecteur

06 Donne un nom à ce que les gens vivent, et invite-les dedans

07 Après un événement, prouve la transformation en trois avant-après

7 Tactics You Can Steal

1 Commence par une vérité qui pique, puis donne une checklist claire

Elle ouvre souvent avec une phrase qui casse une croyance ("tu crois X... en fait c'est Y"), puis elle enchaîne avec une liste de signes, d'erreurs ou d'actions. Ça marche parce que la phrase d'ouverture force l'attention, et la checklist transforme l'émotion en plan concret. Ce style revient dans ses meilleurs contenus : un exemple atteint 1.74x d'engagement relatif, car le lecteur repart avec des actions simples. Fais pareil : écris une phrase "mythe → réalité", puis donne 5 puces que la personne peut cocher aujourd'hui.

[Exemple 1 →](#)

[Exemple 2 →](#)

[Exemple 3 →](#)

2 Écris comme si tu lisais les pensées du lecteur, mot pour mot

Elle écrit en "tu" et met noir sur blanc les petites phrases que les gens se répètent (excuses, doutes, auto-sabotage). Ça marche parce que le lecteur se sent vu, donc il commente plus facilement ("je me reconnais"), puis elle change le cadre en une ligne ("ce n'est pas de la logique, c'est de la peur"). Dans ses meilleurs posts, ce miroir apparaît plusieurs fois, y compris sur le post le plus fort à 1.92x d'engagement relatif. Fais pareil : liste 4 phrases exactes que ton client se dit, puis donne la vraie cause et un micro-pas à faire aujourd'hui.

[Exemple 1 →](#)

[Exemple 2 →](#)

[Exemple 3 →](#)

3 Démonte un cliché précis, puis propose une troisième option simple

Elle cite des clichés très concrets du marché (les phrases qu'on entend partout), puis explique pourquoi ça sonne faux, et termine par une "troisième voie" dans laquelle les gens peuvent se reconnaître. Ça marche parce que les lecteurs adorent réagir quand tu nommes exactement ce qui les fatigue, surtout si tu ne les juges pas. Un de ses meilleurs posts avec ce style monte à 1.69x d'engagement relatif grâce à des exemples précis et une position nuancée. Fais pareil : liste 3 clichés exacts, dis ce que ça abîme, puis propose une phrase de ralliement en oppositions ("je peux être A et B").

[Exemple 1 →](#)

[Exemple 2 →](#)

[Exemple 3 →](#)

4

Relie un gros problème à un test simple en 10 secondes

Elle prend un problème douloureux (ne pas vendre, ne pas être choisie) et le relie à une cause unique et testable tout de suite. Ça marche parce que les gens arrêtent de se blâmer et peuvent vérifier eux-mêmes où ça coince, ce qui déclenche des discussions et de la confiance. Dans ses contenus les plus performants, ce format "cause directe + règle simple" atteint environ 1.58-1.57x d'engagement relatif. Fais pareil : choisis 1 résultat que ton audience veut, donne 1 test ultra simple ("si en 10 secondes...") puis 3 questions à corriger.

[Exemple 1 →](#)[Exemple 2 →](#)**5**

Raconte une période dure avec détails, puis parle directement au lecteur

Elle commence par une image de vie forte, montre le contraste (ce qui allait mal), puis raconte des détails concrets avant de faire un pont explicite vers ce que le lecteur vit peut-être. Ça marche parce que les détails rendent l'histoire vraie, et le pont empêche le post de devenir "juste une histoire personnelle". Un de ses meilleurs récits atteint 1.64x d'engagement relatif, signe que l'émotion + utilité fait réagir. Fais pareil : 3 détails factuels, 1 bascule ("j'ai compris que..."), puis une phrase "si tu es dans cet entre-deux...".

[Exemple 1 →](#)[Exemple 2 →](#)[Exemple 3 →](#)**6**

Donne un nom à ce que les gens vivent, et invite-les dedans

Elle prend un ressenti flou ("je suis entre deux", "je ne me reconnais plus") et lui donne un nom mémorable, puis elle explique ce que ça veut dire et quoi faire ensuite. Ça marche parce qu'un bon nom devient un raccourci mental : les gens peuvent enfin dire "c'est exactement ça", et ils savent où aller pour avancer. Un de ses posts qui pose ce concept est à 1.59x d'engagement relatif, et elle réutilise ce "nom" comme porte d'entrée vers ses événements gratuits (dans l'échantillon, les CTAs de type inscription à un gratuit reviennent 20 fois). Fais pareil : invente un mot simple pour le problème, définis-le en 2 lignes, puis propose une étape guidée (challenge, atelier, appel).

[Exemple 1 →](#)[Exemple 2 →](#)[Exemple 3 →](#)[Profile →](#)**7**

Après un événement, prouve la transformation en trois avant-après

Après un challenge ou une période intense, elle ne dit pas juste "c'était génial" : elle décrit ce qu'elle a vu changer, avec des oppositions simples (avant → après). Ça marche parce que ça donne une preuve facile à imaginer, même sans chiffres, et ça rend l'offre suivante logique ("si tu veux la suite, voilà le programme"). Un de ces débriefs fait partie de ses tout meilleurs posts à 1.54x d'engagement relatif. Fais pareil : écris 3 lignes "avant → après", puis propose la continuité naturelle avec une contrainte réelle (petit groupe, nombre de places).

[Exemple 1 →](#)[Exemple 2 →](#)[Exemple 3 →](#)

Profile Breakdown

HEADLINE FORMULA

Fondatrice de l'Académie des Multipotentiels | Autrice de "Pourquoi choisir quand on veut tout faire" 📖 | IG : @solenefeig (210k) | En quête de nouveaux projets dans le domaine du WELLNESS/ LONGEVITY, parlons-en!

[Rôle/autorité propriétaire] + [Nom du véhicule (académie/programme)] | [Preuve externe forte (livre, prix, média)] + [Preuve sociale (plateforme + taille)] | [Ouverture/CTA + secteur visé]. Ça marche car, en une ligne, on comprend ce qu'elle "possède" (l'Académie), pourquoi on doit la croire (livre + audience), et quoi faire ensuite (parlons-en / projets).

BANNER STRATEGY



Bannière façon "mini page de vente" : (1) branding clair de l'Académie, (2) promesse centrale (visibilité sans se limiter à une niche), (3) empilement de preuves (badges/certifications/mentions/logos), (4) photo. Ça marche car la promesse est lisible en 1 seconde et la crédibilité est visuelle avant même de lire l'About.

Content Strategy

PILLAR	%	WHAT CRUSHES	EXAMPLES
Offres & lancements (challenge, masterclass, Académie) avec preuve	38%	Dans les 53 posts observés, les ventes qui partent d'un récit ou d'une preuve (histoire perso, leçon, observation, cas client) surperforment : les posts "story + offre" tournent autour de 1.50x d'engagement relatif en moyenne (6 posts). À l'inverse, les rappels très "date/places/pas de replay" sans nouvel angle sont plus faibles (environ 0.75x en moyenne sur 3 posts). Le levier clé ici n'est pas "plus de promo", mais "plus de raison d'y croire avant le lien".	Post 1 Post 2 Post 3
Identité multipotentielle & permission (mindset, posture, limites)	21%	Les textes identitaires longs et incarnés tirent l'engagement vers le haut : dans l'échantillon, les "essais" identitaires font environ 1.55x en moyenne (3 posts). Ce qui marche : parler en langage humain (peurs, honte, désir, auto-censure), mais fermer la boucle avec une sortie ("voici comment te choisir / te structurer"). Ce qui marche moins : les posts plus généraux et déclaratifs, avec peu de tension narrative ou de "comment", qui restent autour de 0.82x en moyenne (2 posts).	Post 1 Post 2 Post 3
Outils simples & frameworks (clarté, organisation, positionnement)	17%	Les frameworks "utilisables tout de suite" performent quand ils sont courts, nommés, et découpés en étapes : dans l'échantillon, ce type de post est autour de 1.28x en moyenne (3 posts). À l'inverse, les posts trop "méta"/définitionnels, qui empilent des concepts sans exemples ni pas-à-pas, tombent autour de 0.42x en moyenne (2 posts). Le vrai moteur : donner un outil testable en moins d'une minute (questions, matrice, mini diagnostic).	Post 1 Post 2 Post 3

**Stories
personnelles &
crédibilité (turning
points, preuves,
prises de position)**

25%

Les récits "crise → décision → apprentissage" génèrent plus de réaction que la crédibilité "actu/PR" seule : dans l'échantillon, les turning points sont autour de 1.33x en moyenne (3 posts), alors que des posts plus PR/habitudes sans arc narratif fort tournent autour de 0.53x (2 posts). La différence : détails concrets + bascule + pont explicite vers le lecteur. Les preuves (distinctions, certifications, cohortes) marchent mieux quand elles sont reliées à une transformation, pas quand elles restent auto-centrées.

Post 1

Post 2

Post 3

Conversion Strategy

Their Offer(s)

L'Académie des Multipotentiels (ADM) — programme/cohorte (mentionné sur 4 mois) avec admission via appel stratégique

Challenge Népanitla (gratuit, 3 jours en live, souvent sans replay)

Masterclass gratuite (ex. sessions datées, sans replay)

Livre : "Pourquoi choisir quand on veut tout faire"

How They Promote in Posts

Dans les 53 posts observés, la quasi-totalité contient un appel à l'action : environ 96.23% ont une forme de CTA (51/53), et environ 90.57% incluent un lien (48/53). Le CTA arrive le plus souvent à la fin, après l'histoire ou le framework, sous forme de lien court et d'instruction directe ("inscris-toi", "réserve ton appel"). Dans cet échantillon, les posts avec CTA font environ 1.076 d'engagement relatif en moyenne vs 0.82 sans CTA (comparaison limitée car très peu de posts sans CTA).

[Example 1 →](#)

[Example 2 →](#)

[Example 3 →](#)

How They Promote in Profile

Le profil guide vers la conversion comme une page de vente : bannière centrée sur l'Académie + promesse + preuves (badges/mentions/logos), headline qui empile autorité (fondatrice), preuve externe (livre) et preuve sociale (audience), puis About structuré (questions miroir → mécanisme en 3 piliers → "comment travailler avec moi") avec deux sorties claires (lien externe + email). La section Featured sert d'abord la confiance (distinction), puis renvoie vers une action de type appel/inscription.

[View Profile →](#)

Top 10 Posts

1



Parfois, on me demande comment je fais pour tout tenir.

Elle répond à une question fréquente sur le fait de "tout tenir" en renversant l'idée de productivité : elle explique qu'elle ne "tient" pas, elle navigue et réajuste. Le cœur du post met des mots précis sur l'auto-censure et la peur d'être "trop", puis relie cette libération à sa manière d'accompagner et à un lien vers ses ressources.

♡ 288 💬 53 ↻ 3

2



On croit toujours que les gens vont nous trouver tout seuls.

Elle démonte la croyance "poster suffit" en racontant un contraste marquant : grosse audience construite rapidement, mais ventes en décalage avec ce que les gens imaginent. Elle enchaîne avec une liste d'actions concrètes qui manquaient (collaborations, opportunités, posture), puis propose un challenge comme prochaine étape.

♡ 243 💬 64 ↻ 5

3



Dites-moi que je ne suis pas la seule, svppp à ne plus me reconnaître dans ce qu'on nous vend partout.

Elle exprime un ras-le-bol des codes business répétitifs (hustle, self-made, obsession des chiffres) et reconnaît sa propre part dans ce bruit. Puis elle propose un espace "entre les deux" où l'on peut être ambitieuse tout en restant cyclique, puissante et vulnérable, avec une invitation vers un challenge.

♡ 232 💬 66 ↻ 5

4



Il y a 3 ans je portais la vie

Elle raconte une période intime et difficile : enceinte, mais au bord de tout perdre, avec des conséquences concrètes sur le quotidien et la santé mentale. Elle transforme ensuite ce récit en message universel sur l'entre-deux et la reconstruction, puis renvoie vers sa mission et ses ressources.

♡ 241 💬 47 ↻ 5

5



Je te connais et je vois tes excuses.

Elle interpelle le lecteur avec une liste d'excuses et de pensées courantes, puis explique que derrière il y a souvent de la peur et du doute déguisés. Elle propose ensuite un micro-pas à faire tout de suite, et le relie à une masterclass comme étape simple.

♡ 226 💬 62 ↻ 4

6



Franchement, je vais te dire un truc pas très agréable à entendre...

Elle pose un diagnostic frontal : l'image publique et le business ne collent plus à la personne qu'on est devenue, donc le message n'est plus compris. Elle introduit ensuite un concept de transition ("entre deux mondes") et décrit un plan concret en plusieurs points via un challenge.

♡ 235 💬 46 ↻ 3

7



Je vais être honnête : personne ne comprend ce que tu fais... et c'est pour ça que personne n'achète.

Elle relie un problème de ventes à une cause simple : le message est illisible, donc les gens ne comprennent pas ce qui est vendu, pourquoi c'est utile, et pourquoi choisir cette personne. Elle donne ensuite une règle facile à tester (être compris très vite) et renvoie vers un challenge de clarification.

♡ 227 💬 50 ↻ 5

8



En 2026 on arrête de trouver sa voie non?

Elle remet en question l'injonction à "trouver sa voie" et la remplace par l'idée de tisser un fil rouge. Elle explique des blocages courants (biais, inertie) puis propose une méthode simple en questions, avant d'ouvrir vers l'Académie et un appel stratégique.

♡ 212 💬 65 ↻ 4

9



Le Nepantla vient de se refermer, et je suis encore émerveillée par ce que j'ai vu cette semaine.

Elle fait un débrief d'un challenge terminé et décrit des changements observables chez les participantes (clarté, priorités, limites, légitimité). Elle présente ensuite l'Académie comme la suite logique pour aller plus loin, avec une contrainte de places.

♡ 230 💬 42 ↻ 4

10



Cette année tu te choisis TOI. 😊

Elle utilise le contexte de nouvelle année pour un message de permission et de nouveau départ : se choisir, être vue, prendre sa place. Elle rend ensuite l'appel à l'action concret en listant ce que couvrira une masterclass et en donnant une date et un lien.

♡ 236 💬 26 ↻ 3