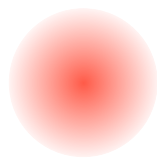


ÉDITION · ÉTÉ 2026

Le guide de l'été par Positive

Tirez le meilleur de ce que vous avez déjà.



Été ne doit pas rimer avec silence.

Découvrez notre guide court et pratique à lire cet été
pour préparer sereinement sa rentrée.

Vos meilleurs canaux marketing sont ceux que vous possédez déjà.

Positive réunit trois outils marketing complémentaires, utilisés par des milliers d'entreprises en Europe : **Signitic** (gestion des signatures email), **Iconosquare** (gestion des réseaux sociaux) et **User** (automatisation marketing & engagement client).

Chacune de nos marques couvre une brique différente du marketing, mais nous partageons une conviction commune : certains des canaux d'acquisition les plus précieux d'une entreprise sont ceux déjà mis en place : sa communauté sur les réseaux sociaux, sa liste d'abonnés à la newsletter, même les signatures email de ses propres collaborateurs.

Une communauté que vous avez mis des mois à construire. Une liste de diffusion qui ouvre réellement vos emails. Une boîte de réception pleine de collaborateurs qui envoient chaque jour des centaines de messages en votre nom. Rien de tout cela ne disparaît l'été, ça se met simplement en veille, en attendant que quelqu'un s'en serve.

Signitic

Gestion des signatures email : chaque message devient une vitrine pour votre équipe.

Iconosquare

Gestion des réseaux sociaux : planifiez, programmez et mesurez.

User

Automatisation marketing & engagement client.

Ce guide est une initiative commune. Le fil rouge est le même à chaque chapitre : **Vos médias propriétaires valent plus que vous ne le pensez.**

Mais chaque marque le raconte à sa façon. À l'intérieur : des conseils, des outils, et un petit cadeau de chacun d'entre nous.

Votre signature email travaille déjà pour vous

Chaque jour, votre équipe envoie des dizaines d'emails que personne ne considère comme du marketing, et pourtant, chacun d'eux porte votre logo et atterrit directement dans une boîte de réception. L'été rend ça particulièrement visible : pendant quelques semaines, votre réponse automatique d'absence est enfin lue. C'est l'occasion idéale d'y glisser un peu de personnalité avant de partir en vacances.



QUELQUES GAINS RAPIDES

- Renvoyez vers une ressource plutôt que de simplement annoncer votre absence
- Ajoutez une touche personnelle : une photo, une lecture de l'été, tout sauf du corporate
- Utilisez le format HTML (pas une image), pour un rendu impeccable partout
- Teasez ce qui arrive en septembre
- Limitez-vous à quatre lignes maximum, pour que le message soit vraiment lu
- Adaptez le CTA selon l'équipe : commercial, marketing et support n'ont pas les mêmes besoins

Voyez par vous-même

Créez votre propre signature, gratuitement, en moins de deux minutes - sans inscription.

[Générateur de signature gratuit →](#)

NOTRE CADEAU

20 bannières de signature estivales gratuites.

Ajoutez-en une et profitez de vos vacances.

[Télécharger les bannières d'été →](#)

Rester présent sur les réseaux sans être connecté 24h/24

Déconnectez votre cerveau, pas vos réseaux sociaux. L'été vous appelle, et votre contenu peut continuer à apparaître, même hors ligne. Avant de déconnecter, un peu de préparation fait toute la différence.

- 1 Commencez par un plan de contenu réaliste.** Passez en revue votre rythme de publication habituel et décidez ce qui peut être mis en pause. Un « programme vacances » allégé vaut mieux que de vouloir tout maintenir à 100 %.
- 2 Regroupez et planifiez tout ce que vous pouvez.** Créez vos posts en une seule fois pour toute la période d'absence, et utilisez un outil de programmation comme Iconosquare pour planifier posts et stories à l'avance.
- 3 Fixez des limites avec vos clients et votre équipe.** Partagez vos dates d'absence et ce qui reste couvert : un document avec les campagnes en cours, les FAQ et les contacts à solliciter en cas d'urgence. (Oui, ça a aussi sa place dans votre signature email.)
- 4 Faites le tri dans vos notifications.** Coupez le bruit, ne gardez que les vraies urgences, et fixez-vous un unique petit créneau de vérification quotidien si nécessaire.
- 5 Au retour, faites le point sereinement.** Analysez la performance des contenus programmés, repérez vos meilleurs posts et les éventuels creux, et notez ce qui a fonctionné pour la prochaine fois.

Bonus

Quel Social Media Manager êtes-vous ? **Tournez la page** pour le quiz complet : choisissez vos réponses, comptez vos formes, découvrez quel Social Manager vous êtes.

NOTRE CADEAU

Vous organisez un concours cet été ? **Notre outil gratuit de tirage au sort Instagram** s'occupe de la sélection du gagnant pour vous.

[Essayer le sélecteur de concours →](#)

Quel social media manager êtes-vous ?

Choisissez la réponse qui vous ressemble le plus.
Chaque réponse est associée à une forme. À la fin du questionnaire, comptez vos formes. Celle que vous avez le plus choisie est votre profil SMM.

▲ Triangle ● Cercle ■ Carré ★ Étoile

1 • Vous venez de publier un post. Que faites-vous en premier ?

- | | |
|---|--|
| ▲ Ouvrir les analytics et surveiller la portée, les clics et les sauvegardes. | ● Vérifier les commentaires et réponses pour voir les réactions. |
| ■ Mettre à jour le calendrier éditorial et passer à la tâche suivante. | ★ Voir si ce format pourrait devenir une idée récurrente. |

2 • Votre partie préférée de votre métier, c'est...

- | | |
|---|--|
| ▲ Repérer des tendances dans les performances et prouver ce qui a marché. | ● Créer des liens dans les commentaires, DM et mentions. |
| ■ Organiser campagnes, validations et deadlines comme un pro. | ★ Repérer les tendances tôt et les transformer en contenu de marque. |

3 • Un.e stakeholder envoie une demande de dernière minute. Vous...

- | | |
|---|--|
| ▲ Demander quel est l'objectif et si les données le justifient. | ● Réfléchir à la réaction de l'audience et comment bien le formuler. |
| ■ Vérifier les validations, le timing, les assets et le workflow avant de dire oui. | ★ Se demander s'il existe un angle plus rapide et plus créatif. |

4 • Votre plus grande fierté au travail, c'est...

- | | |
|--|---|
| ▲ Transformer les chiffres en recommandations claires. | ● Maintenir l'engagement élevé sans paraître robotique. |
| ■ Gérer plusieurs comptes sans rien laisser tomber. | ★ Toujours avoir des idées fraîches avant le début du brainstorm. |

QUIZ ICONOSQUARE · SUITE

5 · Si votre tableau de bord avait une seule section épinglée, ce serait...

- ▲ Tendances de performance et benchmarks.
- Boîte de réception, commentaires et conversations de marque.
- Calendrier de publication et workflow d'équipe.
- ★ Flux de veille, concurrents et opportunités de tendance.

6 · Votre équipe se tourne vers vous quand elle a besoin de...

- ▲ Une lecture claire de ce que disent les chiffres.
- La bonne réponse pour un commentaire, un DM ou un problème communautaire.
- Un plan, un process et la prochaine étape définie.
- ★ Un angle de contenu frais qui ne semble pas utilisé.

7 · À la fin du mois, le succès ressemble à...

- ▲ Un rapport plein d'insights, de victoires et de recommandations.
- Une relation plus forte avec l'audience et une section commentaires bien remplie.
- Tout publié dans les temps et chaque partie prenante alignée.
- ★ Un calendrier éditorial plein d'idées malines et de succès liés aux tendances.

Maintenant, comptez vos formes.

La forme que vous avez le plus choisie est votre profil. Tournez la page pour découvrir qui vous êtes →



Alors, quel profil êtes-vous ?

Le Data Addict

MAJORITÉ DE TRIANGLES

Vous aimez les preuves, les tendances et la performance. Vous voulez les chiffres derrière chaque décision et vous faites probablement plus confiance à un benchmark qu'à une intuition.

Ce qui vous anime : reporting, tendances, optimisation, ROI.

Toolkit : analytics, tableaux de bord, benchmarks, rapports exportables.

Le Héros de la Communauté

MAJORITÉ DE CERCLES

Pour vous, le social, c'est avant tout des gens, pas seulement des posts. C'est dans les commentaires, la messagerie et les mentions que vous excellez, en transformant l'engagement en vraie relation de marque.

Ce qui vous anime : conversations, ton de voix, réactivité, fidélité.

Toolkit : workflows d'engagement, conversations unifiées, monitoring.

Le Magicien du Workflow

MAJORITÉ DE CARRÉS

Vous mettez de l'ordre dans le chaos du contenu. C'est grâce à vous que les posts sortent à l'heure, que les validations sont faites, et que personne n'oublie le brief de campagne.

Ce qui vous anime : planification, collaboration, process, cohérence.

Toolkit : programmation, validations, gestion multi-profils, cadence de reporting.

Le Chasseur de Tendances

MAJORITÉ D'ÉTOILES

Vous savez toujours ce qui se passe en premier. Vous repérez les tendances, créez les meilleurs mèmes et trouvez l'angle avant que tout le monde ne s'y mette.

Ce qui vous anime : tendances, créativité, timing, veille concurrentielle.

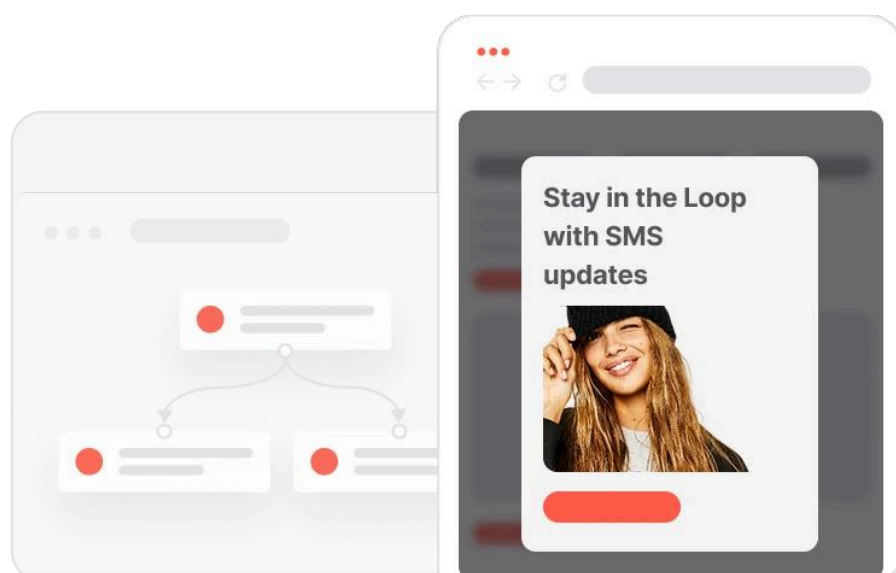
Toolkit : monitoring, écoute, suivi concurrentiel, idéation de contenu.

Maintenir la relation même quand vous êtes absent

Vos clients auront toujours besoin de votre expertise, même pendant vos vacances. L'erreur, ce n'est pas de ralentir pendant l'été... c'est de disparaître complètement pendant que vos concurrents, eux, continuent de se manifester. Quelques pistes pour garder le fil, même en mode ralenti :

- **Automatisez la conversation.** Transformez vos campagnes ponctuelles en workflows permanents : séquences de bienvenue, emails de nurturing, relances de panier, réactivation... Automatisez vos emails pendant que vous profitez de votre pause bien mérité.
- **Profitez du calme pour nettoyer votre base de données.** Repérez les doublons, complétez les informations manquantes et supprimez les contacts inactifs, pour démarrer vos campagnes de rentrée sur de meilleures bases.
- **Adaptez le rythme et le ton à l'été.** Une fréquence d'envoi plus légère et une voix plus chaleureuse et saisonnière fonctionnent généralement mieux qu'un ton business-as-usual.
- **Esquissez votre calendrier éditorial à l'avance.** Soldes d'été, rentrée scolaire, premiers événements de l'automne... anticipez dès maintenant pour que tout soit programmé avant de lever le pied.
- **Faites le point sur votre pipeline CRM.** Un moment plus calme, c'est l'occasion idéale de faire le bilan avec les commerciaux sur ce qu'il est advenu des leads de l'été, avant de vous lancer dans vos prochaines campagnes.

Uma, l'agent IA intégré de User, peut vous aider sur plusieurs de ces points : de la segmentation des contacts à la détection des deals à l'arrêt, simplement en lui demandant en langage naturel. Plutôt que de fouiller dans les filtres et les rapports, vous décrivez ce que vous cherchez et Uma s'en charge. Elle ne gérera pas votre été à votre place, mais elle peut vous faire gagner un temps précieux sur les tâches fastidieuses.



NOTRE CADEAU

Notre **workflow « Réengager les clients endormis »** est prêt à être lancé en quelques minutes : Pour que votre base reste chaude même quand c'est vous qui vous mettez en veille.

[Obtenir le workflow →](#)

MERCI

Passez de bonnes vacances d'été.

Rendez-vous en septembre.

D'ici là tirez le meilleur de ce que vous possédez déjà.



Trois outils. Une conviction : vos médias propriétaires valent plus que vous ne le pensez.

 **Signitic** Gestion de signatures email

 **Iconosquare** Gestion des réseaux sociaux

 **User** Marketing automation et engagement
