

# CHECKLIST ACTIONS

## ÉTAT ACTUEL 🎯

Very Early Bird : ÉPUISÉS Early Bird : EN COURS

---

## ACTIONS IMMÉDIATES (Cette semaine)

### 🔥 PRIORITÉ : Post récap + lancement Early Bird

- Créer le visuel "Very Early Bird ÉPUISÉS"
- Publier le POST-VERYEARLY-EPUISE-01 (récap complet)
- Publier série de 4 stories (voir 03-TEXTES-POSTS.md)
- Mettre à jour le lien en bio si nécessaire

### Visuels prioritaires

- Créer template post prix sur Canva (version Early Bird)
- Créer les déclinaisons prix (13€, 22€, 5€)
- Créer template annonce artiste
- Créer template carrousel 5 slides

### Publications

- Préparer le carrousel Psykup
- Préparer le post prix choc (version Early Bird)

### Organisation

- Créer le dossier de visuels (structure recommandée)
- Récupérer les photos promo des 6 groupes annoncés
- Définir le calendrier des 10 annonces artistes restantes

### Technique

- Vérifier que le pixel Meta est installé
  - Créer les audiences dans Meta Business
  - Préparer les UTM pour le tracking
- 

## FÉVRIER

### Semaine 1

- Post prix "36€"
- Story sondage prix
- Carrousel Psykup
- Reel comparatif prix
- **POST APPEL CANDIDATURES TREMLIN**

### Semaine 2

- Post comparatif "36€ = 3 pizzas"

- Story teasing groupe #7
- **ANNONCE GROUPE #7**
- Carrousel Cachemire
- Story relance candidatures tremplin

### Semaine 3

- Reel Psykup
- Story teasing groupe #8
- **ANNONCE GROUPE #8**
- Carrousel groupe #7
- Post "Plus que X jours pour candidater au tremplin"

### Semaine 4

- Carrousel groupe #8
- Story quiz Psykup
- Post récap "8 noms"
- Lancer campagne Meta Ads "Prix choc"
- **28 FÉV : CLÔTURE CANDIDATURES TREMLIN**

### RP Février

- Rédiger CP version 1
- Créer liste contacts médias
- Envoyer CP à tous les médias
- Contacter les groupes pour partage

### Tremplin Février

- Définir le lieu du tremplin
  - Créer formulaire/email candidatures
  - Publier l'appel à candidatures
  - Collecter et trier les candidatures
- 

## MARS

### Semaine 1

- Carrousel Loudblast
- **ANNONCE GROUPE #9**
- Reel Loudblast
- Post "Pionniers death metal"
- **Sélectionner les groupes pour le tremplin**
- Post "X groupes ont candidaté !"

### Semaine 2

- Carrousel groupe #9
- **ANNONCE GROUPE #10**
- Post "Le seul festival METAL"

- Reel village
- **ANNONCE GROUPES SÉLECTIONNÉS TREMLIN**

### Semaine 3

- Carrousel Shaârghot
- Carrousel groupe #10
- **ANNONCE GROUPE #11**
- Reel Shaârghot
- Présentation groupe tremplin #1
- Présentation groupe tremplin #2

### Semaine 4

- Carrousel groupe #11
- **ANNONCE GROUPE #12**
- Carrousel village (food trucks)
- Post comparatif "150€ vs 36€"
- Présentation groupe tremplin #3, #4, #5...
- Post "RDV le 4 avril"

### RP Mars

- Relancer médias sans réponse
  - Envoyer CP à chaque annonce majeure
  - **Contacter radios locales pour devis**
  - **Contacter radios web metal**
- 

## AVRIL

### Semaine 1 (avant tremplin)

- Carrousel groupe #12
- Post "À 1h de Paris"
- Story "RDV samedi pour le tremplin"
- **Préparer logistique tremplin (sono, lumière)**

### SAMEDI 4 AVRIL - TREMLIN 🎶

- Accueillir les groupes
- Prendre photos/vidéos toute la soirée
- Stories LIVE pendant l'événement
- Gérer le vote (jury + public)
- **ANNONCER LES GAGNANTS**
- Post résultats le soir même

### Semaine 2 (après tremplin)

- Carrousel gagnants tremplin
- Mise à jour affiche avec gagnants
- Carrousel Akiavel

- Reel Akiavel
- **LANCER CONCOURS**

### Semaine 3

- Carrousel Krav Boca
- Reel Krav Boca
- **ANNONCE GROUPE #13**
- Carrousel groupe #13
- **TIRAGE CONCOURS**

### Semaine 4

- **ANNONCE GROUPE #14**
- Carrousel animations
- Reel "Petits festivals"
- Post "J-60"
- Story FAQ

### RP Avril

- Proposer partenariats médias
  - Relancer pour pass presse
  - **Finaliser partenariats radio**
  - **Produire le spot radio**
- 

## MAI

### Semaine 1

- **ANNONCE GROUPE #15**
- Carrousel groupe #15
- Post urgence "Early bird"
- Reel medley artistes
- **LANCER CAMPAGNE RADIO (France Bleu)**

### Semaine 2

- **ANNONCE GROUPE #16 - PROG COMPLÈTE**
- Publier AFFICHE COMPLÈTE
- Carrousel groupe #16
- Reel affiche complète
- **Interview France Bleu (si obtenue)**

### Semaine 3

- Post code promo "LASTCHANCE"
- Carrousel "Comment venir"
- Post running order
- Reel projection "Dans 6 semaines"

- Lancer série "Groupe du jour" (optionnel)

## Semaine 4

- Post "J-30"
- Story playlist Spotify
- Post infos pratiques
- Reel teaser ambiance
- Post flashback éditions précédentes

## RP Mai

- Envoyer CP version 2 (prog complète)
  - Confirmer les pass presse
  - Relance finale médias
  - Vérifier diffusion spots radio
- 

## JUIN

### Semaine 1-2

- Posts focus groupes par jour
- Post "J-20"
- Reel checklist festivalier
- Post "Derrière les coulisses"
- Intensification radio locale

### Semaine 3 (avant Hellfest)

- Post "J-15"
- Post "Dernières places"
- Préparer posts post-Hellfest
- Spot radio "urgence/dernières places"

### 22-25 Juin (Post-Hellfest)

- POST "Le Hellfest c'est fini, le chaos continue"
- LANCER CODE PROMO "AFTERHELL"
- BOOST ADS POST-HELLFEST (200€)

### 23-25 Juin (Countdown final)

- Story J-3
- Story J-2
- Story J-1
- Post "DERNIÈRES PLACES"
- Derniers spots radio

### 26-28 Juin (FESTIVAL)

- Stories live backstage
- Photos à publier en temps réel

- Stories concerts
- Répondre aux mentions/tags
- Filmer pour aftermovie

### **Post-festival**

- Post "MERCI!"
  - Carrousel best-of
  - Collecter photos festivaliers
  - Remercier les partenaires (radio, médias)
  - Préparer aftermovie
  - Post "Save the date 2027"
- 

## **BUDGET TRACKING**

### **Meta Ads (1 200€)**

- Février : 150€ dépensés ? \_\_\_\_€
- Mars : 250€ dépensés ? \_\_\_\_€
- Avril : 300€ dépensés ? \_\_\_\_€
- Mai : 300€ dépensés ? \_\_\_\_€
- Juin : 200€ dépensés ? \_\_\_\_€

### **TikTok Ads (400€)**

- Avril : \_\_\_\_€
- Mai : \_\_\_\_€
- Juin : \_\_\_\_€

### **Google Ads (200€)**

- Mai : \_\_\_\_€
- Juin : \_\_\_\_€

### **Print (400€)**

- Affiches A3 : \_\_\_\_€
  - Flyers : \_\_\_\_€
  - Stickers : \_\_\_\_€
- 

## **SUIVI VENTES**

Date	Objectif	Réel	Écart
Fin février	600	—	—
Fin mars	1 200	—	—
Fin avril	1 800	—	—
Fin mai	2 500	—	—

Jour J	3 000	—	—
--------	-------	---	---

---

## CONTACTS IMPORTANTS

### Médias ayant répondu

Média	Contact	Statut	Notes

### Groupes contactés pour partage

Groupe	Contact	Partagé ?	Date
PsykuP			
Loudblast			
Shaârghot			
Akiavel			
Cachemire			
Krav Boca			

---

## MÉCÉNAT & PARTENARIATS

### Préparation (Janvier-Février)

- Créer le dossier partenaire PDF
- Définir les packs avec prix clairs
- Lister 50-100 entreprises cibles
- Trouver les contacts (LinkedIn, sites web)
- Préparer les templates emails

### Prospection Vague 1 (Février-Mars)

- Envoyer 20-30 emails personnalisés
- Appeler à J+4 ceux qui n'ont pas répondu
- Relancer par email à J+10
- Organiser les RDV pour les intéressés

### Closing (Mars-Avril)

- Envoyer les conventions de partenariat
- Relancer pour signature
- Collecter les logos
- Émettre les reçus fiscaux

### Suivi partenaires

Entreprise	Contact	Pack	Montant	Statut

---

## CSE & GROUPES

### Préparation (Février)

- Créer l'offre CSE avec grille tarifaire
- Lister 30-50 entreprises avec CSE
- Trouver les contacts élus CSE
- Créer le tableau de suivi

### Prospection (Mars-Avril)

- Envoyer vague 1 emails CSE
- Relancer par téléphone à J+5
- Envoyer offres détaillées aux intéressés
- Contacter MJC/centres de loisirs pour dimanche

### Closing (Mai)

- Confirmer les réservations
- Collecter les paiements
- Préparer les bracelets
- Envoyer les infos pratiques

### Suivi CSE/Groupes

Structure	Contact	Jour	Nb places	Montant	Statut

---

## NOTES & AJUSTEMENTS

Espace pour noter les ajustements de stratégie en cours de route

Date :

Observation :

Action :

Date :

Observation :

Action :

Date :

Observation :

Action :