

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 TREMPLIN**

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
- ☐ **Contacteur radios locales pour devis**
- ☐ **Contacteur 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			
Shaârg hot			
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 :