G HIVE · GUIDE GRATUIT

GUIDE À LA CRÉATION

Trouve ta recette, écris mieux, tourne en lot, automatise le montage.

Par Dodji · exemples tirés des vidéos de G École.
Un guide pour les créateurs et entreprises qui se lancent dans la création de contenus.

INTRODUCTION

01

Si tu lis ce guide, c'est que la formule marche.

Tu n'es pas arrivé ici par hasard. Si tu tiens ce guide entre les mains, c'est parce que j'ai appliqué sur toi la formule que je t'explique dedans.

Ce qui s'est passé

#	ÉTAPE	CE QUE J'AI FAIT
1	Une vidéo	Tu es tombé sur une de mes vidéos : une idée qui divertit ou qui répond à un problème que tu avais.
2	Une recette reconnaissable	Même décor, mêmes couleurs, même texte, même ton : tu m'as reconnu et tu es resté.
3	Je t'ai d'abord apporté	Je ne t'ai rien demandé au début : j'ai donné la réponse avant tout.
4	Un CTA à la fin	À la fin, je t'ai invité à commenter un mot.
5	Une réponse automatique	Tu as commenté, et ce guide t'est arrivé sans que je tape une ligne.
6	La newsletter	Tu as rejoint ma liste : je peux te donner la suite.

> **Ce guide, c'est la preuve de la méthode. Tu es en train de la vivre.**

Dans les pages qui suivent, je te montre chaque pièce pour que tu puisses faire pareil sur ton compte : trouver ta recette, écrire des scripts qui accrochent, tourner efficacement, et automatiser le montage.

AVANT DE COMMENCER

02

Le meilleur montage ne sauvera pas ta vidéo.

Il faut des bases de montage : couper proprement, garder un rythme, soigner le son, rendre les textes lisibles. Sans ça, ta vidéo fatigue.

Mais ces bases ne suffisent pas. Un montage parfait sur une vidéo qui n'intéresse personne reste une vidéo que personne ne regarde.

> **Une vidéo marche si elle est divertissante, ou si elle répond à un problème.**

Le test en 10 secondes. Avant de monter, réponds à une de ces deux questions :

- « Qui va rire, être surpris ou être captivé ? »
- « Quel problème précis ça résout, et pour qui ? »

Si tu n'as aucune réponse, ne monte pas : retravaille l'idée.

Où le montage compte vraiment

Le montage sert à **garder** l'attention que l'idée a déjà attirée : il enlève les temps morts, met les mots-clés en avant et donne un rythme. Il ne remplace jamais une bonne idée.

PERSONAL BRANDING

03

Qui tu es compte autant que ce que tu montres.

Ton montage ne se démarque pas par lui-même : c'est toi, ton angle et ton ton qui font que quelqu'un se souvient de toi. Voici comment je l'ai fait pour G École.

Un angle différent

Je fais des cours de théorie musicale **faits pour la mise en pratique**. Ce n'est pas le conservatoire : le but est de **développer sa propre musique**. Cet angle est le premier élément de ma marque.

Des exemples qui parlent

Je prends des **exemples musicaux récents**, des sons que mon public écoute vraiment.

Un public précis

Mes sujets sont **toujours tournés vers les artistes et beatmakers débutants**. Je ne parle pas à tout le monde : je parle à quelqu'un qui commence, avec ses problèmes du moment.

Une apparence qui ne ressemble pas à un prof

Je ne suis pas habillé comme un professeur : Burberry, grillz. Ma tenue dit tout de suite : « ici, on parle ton langage ».

Un langage qui mélange les deux mondes

Je mélange du langage courant, voire familier, avec des **termes techniques**. L'élève apprend le vrai vocabulaire sans avoir l'impression d'être en classe.

À faire pour toi : écris en une phrase ce qui te différencie de tous ceux qui font le même sujet (angle, exemples, apparence, langage). C'est la base de ta recette.

EXEMPLE : G ÉCOLE

04

Ma recette, toujours la même.

Ce qui rend mes vidéos reconnaissables en une seconde, c'est la répétition. Voici chaque élément de ma recette :

ÉLÉMENT	CE QUE JE FAIS
Le décor	Le même décor dans chaque vidéo.
Les filtres	Les mêmes filtres, tout le temps.
Les vêtements	Toujours un peu de teintes rouges, en accord avec mon filtre.
La police	Montserrat, étirée verticalement.
Le glitch	Un effet glitch sur le texte, avec le son qui va avec.
Les sfx	Les mêmes effets sonores, qui reviennent régulièrement.
L'outro	Un « LOUD! » avec un écho : ma marque de fabrique.
La musique	Toujours la même, classique : elle laisse de l'espace à la vidéo.

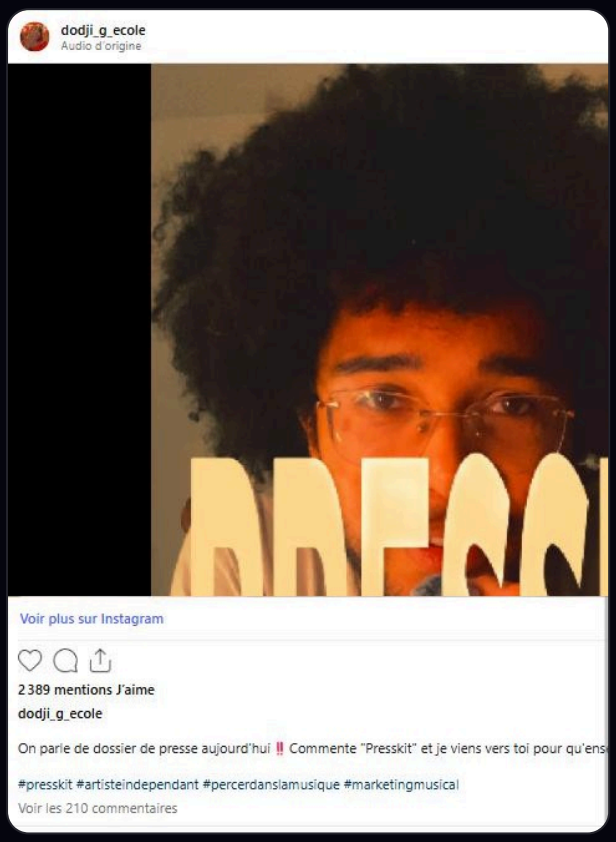
Pourquoi ça marche

Quand tout se répète, l'œil et l'oreille reconnaissent la vidéo avant même de lire le nom du compte. Tu construis une habitude chez ton public. Et pour toi, c'est un énorme gain de temps : tu ne réfléchis plus à ces choix à chaque vidéo.

PREUVES

Mes meilleures vidéos, en chiffres.

05



Le presskit. 23,5k vues · 2 389 likes · 210 commentaires. Mot-clé « Presskit ». Elle travaille encore chaque jour.



Assonances et allitérations. 18,2k vues · 1 382 likes · 46 commentaires. Mot-clé « RRR ».

REEL	VUES	LIKES	COMMENTAIRES
Le presskit	**23 500**	2 389	210
Assonances & allitérations	**18 200**	1 382	46
Histoire de la trap	4 697	487	19
L'écriture de Freeze Corleone	~3 000	721	65

Pourquoi le presskit a autant marché : il répond à un vrai problème d'artiste (comment faire un dossier de presse), avec un CTA direct et concret. 210 personnes ont levé la main. Toutes ces vidéos suivent la même recette et répondent à une vraie question. Les chiffres varient, mais la méthode, elle, reste.

ÉCRITURE

Écris d'abord. Monte ensuite.

06

Un bon script monté simplement tient l'attention. Un script plat monté brillamment ne sauve rien. L'écriture prime.

Le hook : les 3 premières secondes

La seule question à se poser : **« Pourquoi rester ? »** Si la réponse n'est pas dans les 3 premières secondes, le pouce part. Quatre types de hooks qui fonctionnent :

TYPE	EXEMPLE RÉEL
Révélation directe	« La plupart des rappeurs ne savent pas ce qu'est une assonance. »
Chiffre surprenant	« 23 500 personnes ont vu cette vidéo. Voilà exactement pourquoi. »
Problème direct	« Tu peux pas rapper vite ? C'est probablement ça. »
Contradiction	« Je vais te donner un conseil que les profs ne donneront jamais. »

Le rehook : tenir l'attention au milieu

Au milieu de la vidéo, le public décroche. Une phrase le ramène : *« Et là, c'est la partie que presque personne ne connaît. »* ou *« Attends, le meilleur est après. »* Un seul rehook suffit pour les vidéos courtes.

La structure d'un script

PARTIE	RÔLE	DURÉE
Hook	Faire rester	2–3 s
Contexte	Poser le problème en une phrase	5–10 s
Développement	2 ou 3 points, exemples concrets	30–60 s
Conclusion	Résumer en une phrase	5 s
CTA	Demander une seule action (page 13)	5 s

Claude comme co-auteur. Donne-lui ton sujet, ton angle, 2 exemples de vidéos qui ont marché (ce qui les a rendues intéressantes). Demande-lui un plan et 3 versions du hook. Choisis, ajuste, enregistre. Il ne connaît pas ta voix : tu restes le filtre.

ÉTAPE 1

07

Trouve ta recette.

Ta recette, c'est la liste de ce qui se répète dans tes meilleures vidéos. Tu ne l'inventes pas : tu la repères.

L'exercice (15 minutes)

- Choisis 3 de tes vidéos qui ont le mieux marché (vues, rétention, partages).
- Regarde-les à la suite et note ce qu'elles ont en commun.
- Passe chaque point en revue : décor, lumière, vêtements, filtres, police, couleur du texte, effets, sons, musique, rythme des coupes, intro, outro.
- Entoure ce qui revient à chaque fois : c'est le début de ta recette.

Astuce : compare avec une vidéo qui a moins marché. Ce qui manque dedans est souvent ce qui fait la différence.

Si tu n'as pas encore de recette

Choisis maintenant : un décor, un filtre, une police, un son, une musique. Garde-les pour tes 10 prochaines vidéos, puis garde ce qui te plaît et jette le reste. La régularité vaut mieux que la perfection.

ÉTAPE 2

08

Simplifie ta recette.

Une recette trop compliquée ne tient pas dans le temps. Le but : garder ce qui compte, supprimer le reste, et transformer chaque choix en règle.

Fixe / variable

FIXE (RÈGLE)	VARIABLE (À CHAQUE VIDÉO)
Décor, filtre, police, musique, sfx, outro	Le sujet, le script, les mots-clés à mettre en avant

Si une chose change à chaque vidéo sans raison, soit tu la figes, soit tu la supprimes.

Écris tes règles

- « Le texte s'affiche sur les mots-clés seulement, jamais sur toute la phrase. »
- « Un son pop sur un mot normal, un glitch sur un mot important. »
- « La musique s'arrête quand je parle. »
- « Chaque vidéo finit par le même outro. »

Ces règles, c'est ta recette en une page. Quand tu les as écrites, quelqu'un d'autre, ou une machine, peut les appliquer à ta place.

ÉTAPE 3

Workflow, tournage, en lot.

09

Avant de tourner en gros

Commence par **te trouver** : ton décor, ton ton, ta façon de parler à la caméra. Tourne peu, publie, observe ce qui marche. Tant que ta recette n'est pas claire, ne tourne pas en lot.

Tourner en lot

Une fois la recette posée : plusieurs mois de vidéos en une après-midi. À 2 vidéos/semaine, 3 mois = 26 vidéos. En 4 heures, ça fait moins de **10 minutes par vidéo**, pauses comprises. Les scripts sont écrits d'avance, le décor ne bouge pas.

Le matériel : un téléphone + un micro suffisent. Sur G École, mes meilleures vidéos sont faites avec un **iPhone 11**. Le son compte plus que l'image.

Organisation du workflow

- **Projet modèle :** avec ta musique, tes filtres, ton outro. Duplique-le à chaque nouvelle vidéo.
- **Ordre fixe :** trier → couper silences → textes → sons → musique → outro → export.
- **Dossiers rangés :** un dossier par vidéo, fichiers numérotés. Gagner du temps à chercher ses fichiers, c'est déjà du montage.
- **Lot :** tourne plusieurs vidéos d'affilée, même décor, même tenue. Monte-les ensuite à la suite.
- **Publier partout :** programme tes sorties sur Metricool — Instagram, TikTok, YouTube Shorts en un seul envoi. G École sort tous les **mardis et jeudis** sans que je sois devant mon téléphone.

Organisation tournage : scripts écrits avant le jour J, même tenue max 2 options, dis le titre avant chaque prise pour retrouver les rushs. Si tu rates, refais sans couper.

PRÉSENCE

Sois là, plusieurs fois par semaine.

10

Une bonne recette ne sert à rien si tu publies une fois par mois. La présence, c'est que ton public te voie régulièrement, assez pour te reconnaître et attendre ta prochaine vidéo.

> **Poste plusieurs fois par semaine, à un rythme que tu peux tenir.**

Pourquoi la régularité compte

- Ton public prend l'habitude : sur G École, c'est **tous les mardis et jeudis**, et c'est écrit sur mon profil.
- Plus tu publies, plus tu as de chances qu'une vidéo prenne.
- Chaque vidéo est une occasion de plus de collecter des inscriptions à ta newsletter.

Attention. Publier plus ne garantit pas plus d'abonnés : la qualité de l'idée passe avant. Mieux vaut 2 vidéos par semaine pendant un an que 7 pendant 2 semaines. Choisis un rythme tenable, puis tiens-le.

Ce que l'automatisation change

Quand le montage, la publication (Metricool) et les réponses aux commentaires (ManyChat) tournent presque seuls, le temps que tu gagnes devient un levier. Ma prochaine étape : un nouveau concept sur G École qui m'apporte **plus d'acquisition pour autant de travail**.

Et les pubs (ads) ? Tu n'en as pas besoin pour commencer. Une pub ne rend pas une vidéo meilleure. D'abord, trouve une idée et une recette qui fonctionnent seules. Les ads ne servent qu'ensuite, à amplifier une vidéo qui marche déjà.

ÉTAPE 4 · APERÇU

Automatise, comme sur G École.

Quand ta recette est écrite sous forme de règles, une machine peut monter à ta place. C'est ce que j'ai fait pour G École : je tourne les rushs, puis un script, construit avec **Claude**, fait le gros du montage.

Le point clé : l'automatisation ne marche que si tu as déjà **ta recette en règles** et **plusieurs projets CapCut réussis** à montrer à Claude. Sans recette, Claude ne sait pas ce qu'il reproduit. Sans exemples, il invente. Plus tes exemples se ressemblent, plus le résultat est fidèle.

Ce que Claude prend en charge

- Transcrire ta voix (Whisper) : il sait ce que tu dis et à quel moment.
- Choisir la bonne prise quand tu en as refait plusieurs.
- Couper les silences et les hésitations.
- Placer les textes sur les bons mots-clés, avec le glitch et les sons.
- Ajouter la musique et l'outro selon tes règles.
- Générer un projet CapCut que tu ouvres directement pour vérifier et finir.

Les limites, honnêtement. Claude se trompe sur les noms propres : relis toujours. Il ne détecte pas les bégaiements. Les mises à jour de CapCut peuvent changer le format des fichiers et casser la lecture. L'automatisation fait gagner beaucoup de temps, mais tu gardes toujours un œil humain à la fin.

ÉTAPE 4 · TECHNIQUE

Les fichiers, la commande, le résultat.

12

Ce qu'il te faut avant de commencer

- **Claude Code** (l'appli bureau gratuite d'Anthropic) — c'est lui qui accède à tes fichiers.
- **3 à 5 projets CapCut réussis** (les dossiers du projet, pas les vidéos exportées).
  Windows : *AppData/Local/CapCut/User Data/Projects/* — un dossier par projet, chacun contient un fichier *draft_content.json* avec tout le montage.
- **Ta recette en règles** (du chapitre 08).
- **Tes rushs bruts** : les vidéos filmées, non montées.

Étape 1 · Transcrire avec Whisper

Whisper est le moteur de transcription d'OpenAI, intégré à Claude Code. Lance-le sur chaque rush pour obtenir le texte de ce que tu dis, avec les timestamps à la seconde.

Dans Claude Code, tape : *« Transcris ce fichier avec Whisper et donne-moi le texte avec les timestamps : [mon_rush.mp4] »*
Il te rend un fichier .txt. Vérifie les noms propres : il les écrit parfois phonétiquement.

Étape 2 · Le message à Claude

Exemple de consigne complète :
« Voici ma recette en règles : [ta recette]. Voici 4 de mes projets CapCut réussis : [chemins des dossiers]. Voici la transcription de ma nouvelle vidéo : [transcription.txt] et le rush : [rush.mp4]. Génère un projet CapCut qui applique ma recette exactement à ce contenu, dans le même format que mes projets exemples. »

Étape 3 · Corriger et itérer

Le premier résultat n'est pas parfait. Regarde ce qui cloche : un texte trop tôt, un son manquant, un nom mal écrit. Donne la correction précise. Chaque correction devient une règle de plus : elle ne reviendra plus sur les vidéos suivantes.

Mise à jour CapCut. Les nouvelles versions changent parfois le format des fichiers JSON. Si Claude ne reconnaît plus la structure, re-donne-lui tes 3 derniers projets créés avec la version actuelle. Garde toujours un projet récent comme exemple de référence.

LE CTA

Demande à la fin, jamais avant d'avoir donné.

13

Le CTA (appel à l'action), c'est ce que tu demandes à la personne qui te regarde. Chaque vidéo en a un, et il est toujours **à la fin** (voir la structure de script au chapitre 06).

> **Je ne quémande pas alors que je n'ai encore rien apporté.**

La règle

Quand quelqu'un arrive sur ta vidéo, il ne te doit rien. Il te le doit une fois qu'il a appris quelque chose, ri ou trouvé une réponse. Demander « abonne-toi » dès la première seconde, c'est demander avant d'avoir donné : ça fait fuir. À la fin, la demande paraît juste.

Mon CTA sur chaque vidéo de G École

- J'invite à **s'abonner**.
- J'invite à **commenter un mot précis** pour rejoindre la newsletter.
- Je termine par mon « LOUD! » avec l'écho.

Des vraies légendes de mes reels :

- « Commente **Trap** et je t'ajoute à la newsletter G Ecole. »
- « Commente **Comme** pour rejoindre ma newsletter gratuite avec des cours et outils gratuits pour artistes. »
- « Commente **Suite**, je t'ajoute à la newsletter « G Ecole » avec des cours et tips gratuits. »

Comment bien le faire

- **Un seul CTA par vidéo.** S'abonner ET commenter ET partager, ça dilue.
- **Un mot facile à taper**, en rapport avec le sujet de la vidéo.
- **Une raison de le faire :** dis ce que la personne gagne (cours gratuits, outils, tips).
- **Toujours au même endroit**, avec la même voix : le public s'y habitue.

APRÈS LA VIDÉO

14

Ne perds pas ceux qui commentent.

Une vidéo qui marche attire des commentaires. Si tu ne fais rien de ces gens, ils repartent. Ma méthode : **automatiser mes réponses aux commentaires avec ManyChat**, pour intégrer ces personnes à ma newsletter.

Comment ça marche

- Dans la vidéo, je propose quelque chose en échange d'un mot. Exemple réel : « Commente **Trap** et je t'ajoute à la newsletter G Ecole ».
- ManyChat détecte ce mot dans les commentaires.
- Il répond automatiquement au commentaire, puis envoie un message privé avec la ressource.
- Le message demande l'adresse e-mail et le feu vert pour la newsletter : la personne rejoint ma liste.

Pourquoi c'est puissant : ton audience Instagram appartient à Instagram, ta newsletter t'appartient. Chaque vidéo qui marche fait grandir une liste que tu peux contacter durablement.

Les règles à respecter

- Demande un accord clair avant d'inscrire quelqu'un à la newsletter, et mets un lien de désinscription dans chaque e-mail.
- Promets seulement ce que tu envoies vraiment : la ressource arrive tout de suite.
- Reste naturel : un message trop robotique fait fuir. Écris-le comme tu parles.

Un seul mot par vidéo, une seule ressource : c'est le même principe qu'un appel à l'action unique.

À TOI DE JOUER

15

Ta checklist.

- [ ] J'ai écrit en une phrase ce qui me différencie.
- [ ] J'ai un téléphone et un petit micro : ça me suffit pour commencer.
- [ ] Je sais à qui je parle (un public précis, avec ses problèmes).
- [ ] Chaque vidéo répond à un problème ou divertit : je peux dire lequel.
- [ ] J'ai analysé 3 de mes vidéos qui ont bien marché.
- [ ] J'ai écrit mon hook avant de monter : je sais pourquoi on doit rester.
- [ ] J'ai structuré mon script : hook → contexte → développement → conclusion → CTA.
- [ ] J'ai choisi mon décor, mon filtre, ma police, ma musique.
- [ ] J'ai mes sons récurrents (sfx, glitch, outro).
- [ ] J'ai écrit mes règles fixes en une page.
- [ ] J'ai un projet modèle que je duplique.
- [ ] J'ai 3 à 5 projets CapCut réussis pour l'automatisation avec Claude.
- [ ] J'ai un ordre de travail fixe et des dossiers rangés.
- [ ] Je tourne et je monte en lot : scripts d'abord, puis une après-midi de tournage.
- [ ] Je n'achète pas de pub tant que mes vidéos ne marchent pas sans.
- [ ] J'ai un rythme de publication régulier (au moins 2 vidéos par semaine) que je peux tenir.
- [ ] Je programme mes publications d'avance (Metricool) sur tous mes réseaux.
- [ ] Chaque vidéo a un seul CTA, à la fin : un mot à commenter, relié à ManyChat et à ma newsletter.

Ma recette en une page

ÉLÉMENT	MON CHOIX
Décor	
Filtre	
Vêtements / couleurs	
Police et effets texte	
Sons récurrents	
Musique	
Outro	

G HIVE

LE MONTAGE, C'EST UN OUTIL. L'IDÉE, C'EST TOI.

Trouve ce qui te rend reconnaissable. Répète-le. Écris mieux.
Puis laisse ta méthode, ou une machine, faire le reste.

Tu veux aussi un site pour ton activité ?
Le guide *« Ton site en un week-end »* explique comment créer un site complet avec Claude, de l'idée au déploiement. Sans coder.

→ ghive.fr/guide

ghive.fr · instagram.com/dodji_g_hive