

Copywriting

L'art de développer son activité avec les mots

CAROLINE AUBERT
SHAMAN MARKETING
<https://caroline-aubert.fr/>



Document appartenant à Caroline Aubert.

Ce document est strictement réservé à votre usage personnel. Vous n'avez pas le droit ni de le partager ni de le diffuser.

Tous les textes présents dans ce document sont régis par le code de la propriété intellectuelle (article L.112-1 du CPI).

Et si le copywriting était l'art de développer votre activité avec les mots ?

“Les mots”, nous les écrivons, lisons, parlons et écoutons tous les jours. Les mots sont des outils puissants surtout si vous souhaitez lancer ou développer votre activité en ligne.

En tant que coach ou thérapeute, **utiliser les mots peut vous aider à valoriser les services et produits que vous proposez** et à développer votre activité sur Internet.

3

Une communication efficiente et efficace passe à travers des mots sous-forme de texte.

Elle requiert la maîtrise de l'art de la science de “**communiquer stratégiquement des mots**” qui amèneront votre public cible à prendre une certaine forme d'action. Elle exige donc la maîtrise du **copywriting**.

Le copywriting est l'art de convaincre sous forme de mots.

Avoir un texte bien rédigé et copywrité est le moyen le plus simple d'attirer vos clients cibles, d'augmenter vos taux de conversion et de stimuler vos ventes.

Mais comment utiliser les mots pour développer son activité et tirer profit du copywriting ? C'est tout l'objet de ce livret, suivez le guide !

Sommaire de ce livret

Qu'est-ce que le copywriting ?	page 4
A quoi sert le copywriting ?	page 5
Le truc de base en copywriting qu'il faut comprendre à tout prix	page 6
Les 6 principes de Cialdini	page 7
Les 8 forces qui poussent à la conversion	page 9
La technique du toboggan glissant	page 10

1) Qu'est-ce que le copywriting ?

Comme nous venons de le voir en introduction, le copywriting est l'art d'utiliser les mots pour amener le visiteur à agir, à acheter, à commenter, à prendre contact, ... à réaliser l'action que vous voulez qu'il fasse.

4

Le copywriting est l'art de créer un contenu écrit qui accompagne la partie visuelle de votre activité sur internet et qui amène à la conversion.

Pour écrire des contenus qui cartonnent, il y a tout un ensemble de choses à prendre en compte et le copywriting fait partie de cet ensemble.

Lorsque l'on y pense, les mots sont d'une puissance incroyable.

Un simple compliment peut créer le bonheur tout comme une simple critique, peut nous induire au doute et nous mener à la tristesse... Alors imaginez toutes les merveilles que l'on peut faire !

Le copywriting est donc un mélange de qualité rédactionnelle et de psychologie humaine.

Pour ce faire, vous avez donc besoin de savoir à qui vous vous adressez, à savoir votre client cible.

En apprenant à connaître la psychologie de l'homme, comment fonctionnent l'esprit, le comportement et les sentiments de vos visiteurs, et comment utiliser vos mots avec efficacité, vous allez petit à petit vous rendre compte qu'il existe une infinité de techniques pour écrire tout en influençant vos interlocuteurs.

En effet, les mots forment une force puissante dont dispose l'être humain.

Le copywriting peut nous laisser choisir d'utiliser cette puissance de manière constructive ou de manière destructrice... à vous de voir de quel côté de la force vous voulez vous placer 😊

La maîtrise du copywriting multipliera vos ventes et développera vos talents commerciaux

2) A quoi sert le copywriting ?

Pensez au copywriting comme un moyen d'attirer vos visiteurs, de les convertir en prospects puis en clients.

En marketing, une conversion désigne une action spécifique entreprise par un visiteur sur votre site web (remplir un formulaire, effectuer un achat, télécharger votre ebook, s'abonner à votre newsletter, etc.)

5

Dans le domaine du copywriting, une équation importante à comprendre est celle-ci : Conversion = désir – effort – confusion

Cette équation nous dit que plus le désir sera fort, moins le passage à l'action demandera d'effort et moins votre lecteur ressentira de confusion, plus il sera à même de convertir.

Augmenter le "désir" : Vos visiteurs doivent ressentir un désir fort de réaliser l'action que vous souhaitez.

Vous devez donc tout faire pour augmenter ce désir en suivant des règles et méthodes de copywriting dans vos supports de communication et dans la présentation de vos offres et services.

Diminuer l'effort" : Afin d'éviter que vos visiteurs ne s'ennuient sur votre site et qu'ils ne partent prématurément, vos textes doivent s'adresser de façon pertinente à vos cibles.

Vos visiteurs doivent comprendre qu'ils sont au bon endroit en vous lisant et qu'ils ne perdent pas leur temps.

Réduire la "confusion" : Chaque phrase de vos textes doit être claire, facile à comprendre et bien ciblée.

Vos contenus doivent être structurés, clairs et concis.

Le chemin que voulez faire prendre à vos visiteurs doit être fluide et limpide.

Chaque action doit être évidente de manière que les visiteurs savent ce qu'ils doivent entreprendre ensuite.

Copywriting ou pas, notez que le visiteur n'est pas sur votre site web pour apprécier votre texte, il est là pour avoir des réponses à ses questions.

Aussi, votre contenu doit captiver votre visiteur et la structure de vos textes doit s'adapter à son processus mental.

Pour cela, vous devez impérativement utiliser les mots qu'utilisent vos cibles.

3) Le truc de base en copywriting qu'il faut comprendre à tout prix

Le truc de base qu'il faut comprendre à tout prix est que personne ne s'intéresse à vous ni à vos textes.

Les gens ne se focalisent que sur eux-mêmes.

Comprendre cela, c'est TOUT comprendre !

6

Mais comprenez aussi que ce principe agit sur vous.

Oui, vous également, vous êtes comme eux : vous ne pensez qu'à VOUS ! Et même si vous croyez le contraire 😊

Vous vous devez donc d'être attentif durant la création de vos contenus.

Ne parlez de vous que très peu (présentation, exemples, etc.).

Valorisez votre offre ainsi que les bénéfices et changements qu'elle peut apporter en parlant de transformation.

La transformation, celle de vos cibles est essentielle, vous devez absolument la mettre en lumière et focaliser vos textes là-dessus.

Ca semble basique dit comme cela, mais c'est tellement vrai 😊

Expérimentez par vous-même la prochaine fois que vous chercherez quelque chose sur le web, vous verrez ce que vous ressentez et ce que vous pensez.

En arrivant sur votre site, chacun de vos visiteurs va se demander ce qu'il gagne à visiter votre site, si cela les concerne et s'ils sont en train de gagner ou de perdre leur temps.

Oui, les gens se moquent de vos contenus et autres textes, aussi beau soient-ils.

Ce qu'ils consomment, c'est une transformation, c'est leur transformation... Désolé vraiment, d'être aussi cash mais c'est une réalité tellement importante à saisir.

Alors, dites-lui à votre visiteur, dites-lui à chaque page (et ensuite à chaque article) de votre site ce qu'il gagne à être sur votre site, expliquez-lui, avec ses mots, **en quoi sa vie va changer avec l'utilisation de votre solution**, en quoi il est au bon endroit et en quoi il est en train de gagner du temps et du bonus dans sa vie en vous lisant.

Aussi, racontez-lui une histoire, racontez-lui son histoire.

Utilisez ses mots, montrez-lui que vous le comprenez, montrez-lui que vous savez de quoi vous parlez, montrez-lui la transformation qu'il va vivre avec votre solution. **Faites du copywriting !**

4) Les 6 principes de Cialdini

Aussi illogique et improbable que cela puisse paraître, **la prise de décision chez l'homme est régie par ses émotions.**

Tirez donc profit de ces "émotions" pour bien copywriter vos contenus et ainsi accompagner vos visiteurs vers la conversion.

Appuyez-vous sur ce que votre public cible ressent.
Établissez un lien émotionnel avec vos lui.

7

Pour cela, **parlez-leur d'eux**, de leurs frustrations, de leurs besoins, de leur souffrance, de leur manque lorsqu'ils parcourent chaque texte de vos contenus... pas pour les manipuler mais bel et bien pour les aider à avancer sur leur chemin et à résoudre leurs difficultés ou à réaliser leurs besoins.

Projetez-les, ensuite, vers un futur sympathique après-utilisation de votre offre.

Pour cela, vous avez besoin de très bien connaître **votre client cible** et d'avoir **créé une offre qui lui correspond pleinement.**

Utilisez, également, des arguments et des émotions pour **susciter le "wow"** avec vos contenus et accompagner votre visiteur à agir (comme prendre un rendez-vous, télécharger un pdf, s'inscrire à un webinar...).

Pour cela, vous pouvez vous baser sur les 6 principes de Cialdini :

1er principe : La réciprocité : Donner pour recevoir en retour

A faire : Offrir un cadeau à télécharger, offrir des conseils gratuitement, etc.

2eme principe : Engagement et cohérence : Le client a tendance à s'en tenir à ce que qu'il a déjà choisi.

A faire : Invitez les visiteurs à de "petites actions", les inviter à suivre des cours, etc.

3eme principe : La preuve sociale : L'être humain a davantage confiance en des choses qui sont populaires et ressent ce besoin d'imiter les personnes de leur entourage.

A faire : Faire remarquer les avis des experts et les témoignages des autres clients pour rassurer.

4eme principe : La sympathie : Les visiteurs sont plus susceptibles de se conformer aux demandes des personnes qu'ils apprécient.

A faire : Créer une relation avec les visiteurs tout en leur offrant un sentiment d'appartenance.

5eme principe : L'autorité : Suivre des personnes qui ont l'air de savoir ce qu'elles font est un sentiment que nous avons tous.

A faire : Valoriser sur vos pages web vos expériences et vos diplômes, collaborer avec des influenceurs, etc.

6eme principe : La rareté : Un client est toujours attiré par les choses qui sont uniques, incontournables, exclusives et difficiles à trouver.

A faire : proposer une offre limitée, un accès sur invitation, etc.

8

Utiliser ces principes à votre avantage va considérablement aider à la conversion, mais n'oubliez pas de les appliquer de façon rationnelle, juste, alignée, cohérente et au services de vos visiteurs. Il faut éviter l'excès et ne pas pencher de l'autre côté de la force 😊

5) Les 8 forces qui poussent à la conversion

En copywriting, utiliser les 8 forces qui poussent à la conversion peut également tout faire basculer.

Ces 8 forces sont liées aux besoins fondamentaux et quotidiens de l'être humain, à savoir :

9

1. Survivre, vouloir profiter de la vie et vivre plus longtemps
2. Profiter du plaisir de manger et de boire
3. Arrêter d'avoir peur, d'avoir mal et d'être toujours face au danger
4. Profiter d'une vie amoureuse et du sexe
5. Jouir des bonnes conditions de vie confortables
6. Se sentir supérieur, gagner, faire mieux que les autres
7. Pouvoir protéger ses proches
8. Être accepté par les autres

Utilisez ces 8 forces, qui sont des **principes de base en copywriting**, lors de l'écriture de vos textes et contenus vous permettra d'amplifier votre taux de conversion.

Comme pour les 6 principes de Cialdini, le plus important est de rester juste, clair et concis, au service de vos visiteurs.

6) La technique du toboggan glissant

Afin d'attirer l'attention des visiteurs, de les garder accrochés le plus longtemps sur votre site web et de les pousser à lire votre contenu en entier, je vous conseille d'opter pour **une sympathique technique de copywriting** : la technique du toboggan glissant.

Une fois que le visiteur commence sa lecture depuis le haut de la page, il n'arrêtera plus de la lire jusqu'en bas...comme sur un toboggan 😊

10

Ainsi l'objectif est que chaque élément puisse faire lire le suivant.

- > Le titre doit susciter l'envie de lire le sous-titre
- > Le sous-titre, doit donner envie de découvrir le contenu de la 1ère section
- > La 1ère phrase de la 1ère section, doit donner envie d'en savoir davantage sur la suivante
- > La dernière phrase de la 1ère section, doit donner envie de passer à la 2ème section.
- > Et ainsi de suite...

Ainsi, chaque phrase se rattache entre elles.

N'hésitez surtout pas à glisser des mots et des phrases accrocheurs pour **créer des transitions** entre les paragraphes et les sections de votre texte.

Ces transitions relient les différentes parties de votre texte, minimisent les frottements et **attise la curiosité de votre visiteur**.

Exemple :

- « Mais attendez - ce n'est pas tout »
- « Je n'ai pas encore terminé »
- « Oui, vous avez bien lu »
- « Comme si ce n'était pas suffisant »

Voilà, à présent, **vous savez ce qu'est le copywriting** et, je l'espère, vous avez compris son importance.

Je vous ai dévoilé quelques bases mais évidemment il y a beaucoup d'autres choses à savoir.

Quoi qu'il en soit, si vous souhaitez créer et développer votre activité grâce à internet, je vous suggère vivement de véritablement faire attention à l'ensemble de ces notions lors de la création de vos contenus.

Bien sur **le copywriting est une stratégie** qui fait partie d'un package bien plus important au service du développement de votre activité.