



Copywriting : apprendre à vendre avec les mots

WTF is le copywriting ?

Le copywriting,

c'est l'utilisation des mots à l'écrit pour promouvoir quelque chose (une idée, un produit, une personne, une entreprise...) et inciter à l'action.

Les moments d'utilisation

- Sur toutes les pages de votre site internet.
- Sur votre profil LinkedIn, sur un post ou dans un message privé.
- Dans vos emails (démarchage, upsell, relances..).
- Au final sur tous les supports que vous utilisez :)

La méthode AIDA

- **A : Capter l'Attention.**

- Surprendre en sortant le contenu de son contexte
- Mettre une dose d'humour

- **I : Susciter l'Intérêt.**

- Raconter une histoire (storytelling)
- Personnaliser le message

- **D : Provoquer le Désir.**

- Démontrer comment l'offre peut résoudre un problème.
- S'appuyer sur les bénéfices du produit pour le client potentiel. Jouer sur les émotions qu'il peut ressentir en étant accompagné par votre expertise.
- Mettre en miroir la situation avant et après votre prestation en valorisant les bénéfices.

- **A : Inciter à l'Action.**

Hook : capter l'attention



The image shows a screenshot of a Facebook post. At the top left is a circular profile picture of a man with a beard. To its right is the name 'Pierre Guilbaud' in bold, followed by the bio '1 p'tit hack marketing chaque matin sur pierreguilbaud.fr' and '5d • Edited •' with a lock icon. In the top right corner of the post area are three dots. The main text of the post is: 'Je me suis cramé.' followed by '3 nuits d'affilée à me retourner dans tous les sens.' and 'Et pas à cause d'un cauchemar.' To the right of the last line is the text '...see more'. Below the text are icons for Like, Love, and Comment, followed by '124 • 29 Comments'. At the bottom of the post are icons for Like, Comment, and Share. Below the post is a bar with a line graph icon and the text '13,574 views of your post in the feed'.

Pierre Guilbaud
1 p'tit hack marketing chaque matin sur pierreguilbaud.fr
5d • Edited •

Je me suis cramé.

3 nuits d'affilée à me retourner dans tous les sens.

Et pas à cause d'un cauchemar. ...see more

124 • 29 Comments

Like Comment Share

13,574 views of your post in the feed

Les premières phrases doivent accrocher l'attention

C'est à propos de votre cible



#1

Optimiser vos Social ads

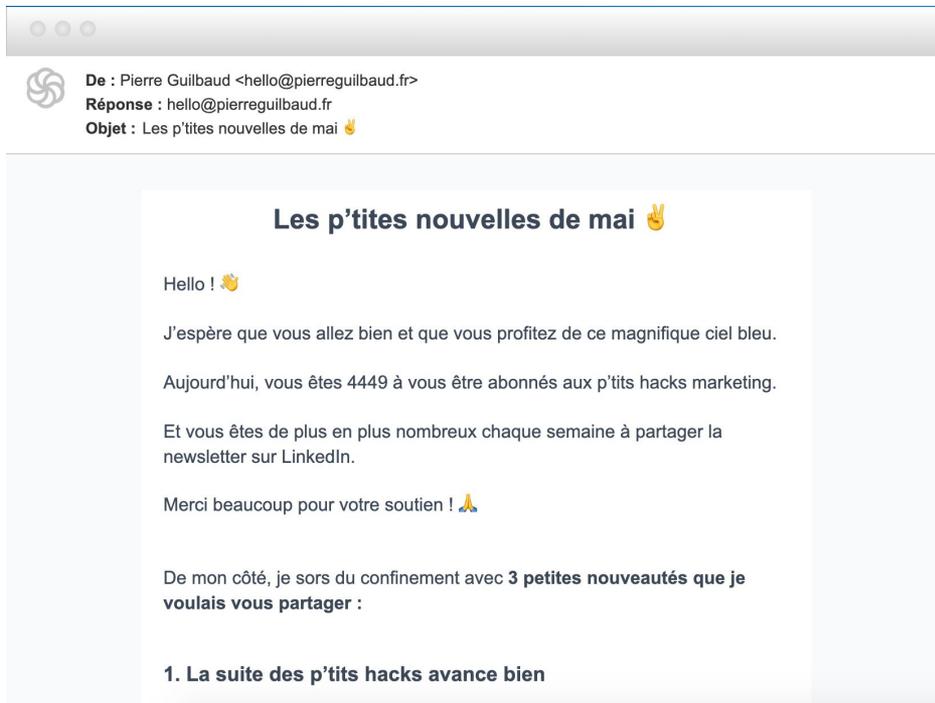
Analyse, mise en place et/ou optimisation de vos campagnes publicitaires sur Facebook & Instagram pour vous aider à obtenir un maximum de conversions. Le tout en respectant l'essence de votre marque et vos valeurs.

[En savoir +](#)

Ce n'est pas à propos de vous, c'est à propos de de ce que vous pouvez apporter à votre cible.

[Site](#)

Écrire comme on parle



Relisez vous à haute voix :)

Fluidité

On va profiter de cette formation pour vous aider à **vaincre un adversaire qui vous freine** dans votre quotidien de freelance.

Cet adversaire, il vous empêche d'oser, de tester de nouvelles choses et de développer votre activité à vitesse grand V.

Son petit nom : **le perfectionnisme.**

Dans cette formation, à travers plus de 40 vidéos, nous allons **vous partager le bon état d'esprit** à adopter pour lancer vos idées et les améliorer sans arrêt.

Il y aura un avant et un après.

On le sait, parce que des dizaines de freelances ont suivi la formation.

Chaque phrase doit donner envie de lire la suivante.



Lorsque l'on essaie de définir un objectif pour son personal branding, cela peut vite devenir flou.

Mais vous commencez à nous connaître, ici pas de blabla, que du concret.

Voici 3 étapes pour vous aider :

a. Structurer sa vision long terme

Clarifier sa vision long terme en freelance, c'est arriver à se projeter dans le futur et imaginer l'environnement dans lequel on aimerait évoluer.

Dans 10 ans :

- Où est-ce que je me vois
- Avec qui est-ce que je travaille ? Avec quels collaborateurs ? Pour quels clients ?
- Sur quelles thématiques ?
- Dans quelle industrie ?
- Quels seraient mes pôles d'expertise ?

Et surtout, puisque c'est le sujet de ce guide :

Dans 10 ans, à quoi est-ce que je suis associé ?

Aérez vos textes

Affirmer sa singularité



Pierre Guilbaud
1 p'tit hack marketing chaque matin sur pierreguilbaud.fr
1mo • Edited • 

Je fais des tonnes de fautes d'orthographe 🤪.

J'arrive à en caler 3 dans un email de 5 lignes.

Imaginez le naufrage quand je publie un guide de 7500 mots. [...see more](#)

   2,184 · 247 Comments

 Like  Comment  Share

 170,350 views of your post in the feed

Être clivant et développer son propre ton.

[Post](#)

Montrer la valeur

S'inscrire

S'abonner

1 HACK CHAQUE MATIN DANS VOTRE BOITE MAIL 🔥

RECEVOIR LE 1ER HACK

CTA vs CTV

Être authentique



To our valued customers,

As efforts to contain COVID-19 continue, we hope you're supported in taking every measure to protect your health.



Melanie here, CEO of Andie

I'm writing to you from my living room as my dog Sara proofreads – we're both working from home today.



C'est notre avantage compétitif en freelance

[Source](#)

Être honnête

By Airbnb · May 5, 2020 · [Company](#)



Earlier today, Airbnb Co-Founder and CEO Brian Chesky sent the following note to Airbnb employees.

This is my seventh time talking to you from my house. Each time we've talked, I've shared good news and bad news, but today I have to share some very sad news.

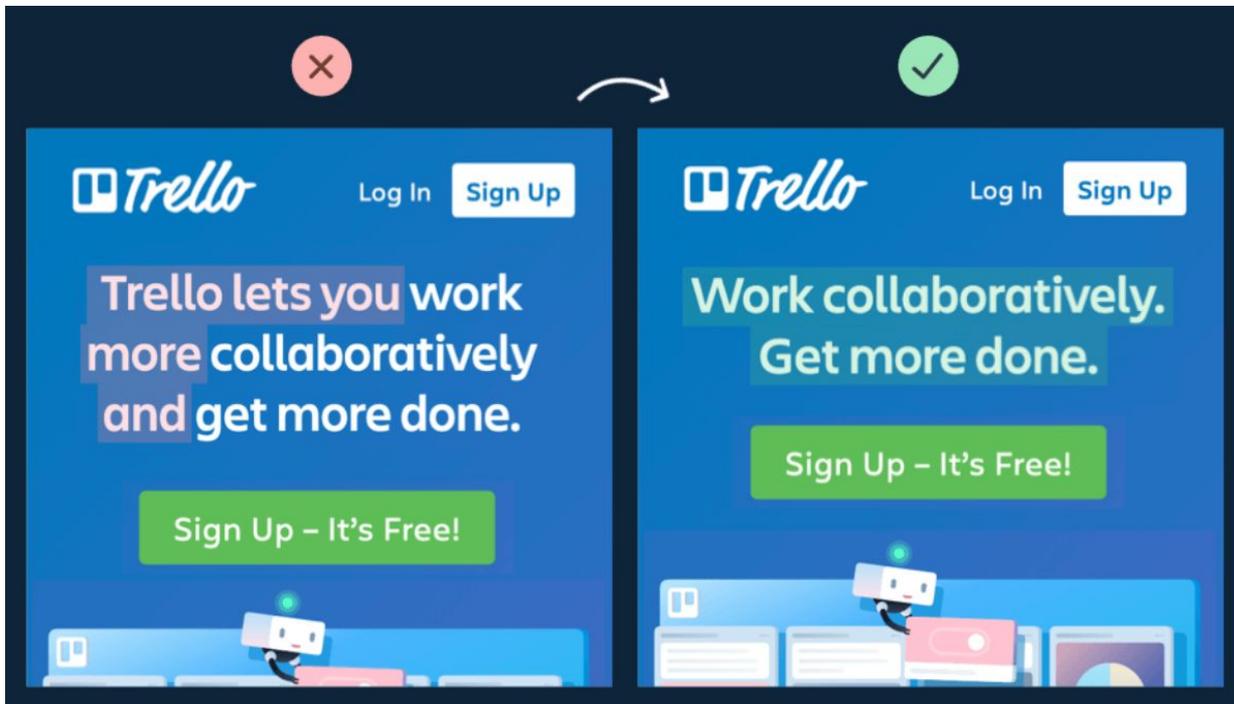
When you've asked me about layoffs, I've said that nothing is off the table. Today, I must confirm that we are reducing the size of the Airbnb workforce. For a company like us whose mission is centered around belonging, this is incredibly difficult to confront, and it will be even harder for those who have to leave Airbnb. I am going to share as many details as I can on how I arrived at this decision, what we are doing for those leaving, and what will happen next.

Let me start with how we arrived at this decision. We are collectively living through the most harrowing crisis of our lifetime, and as it began to unfold, global travel came to a standstill. Airbnb's business has been hit hard, with revenue this year forecasted to be less than half of what we earned in 2019. In response, we raised \$2 billion in capital and dramatically cut costs that touched nearly every corner of Airbnb.

La transparence crée la confiance.

[Article](#)

Less is more



Rester simple, clair et percutant.

1 message = 1 objectif



Pierre Guilbaud • 5:53 PM

Hello Virginie,
J'ai vu que tu faisais du Marketing. Je suppose que tu es souvent à la recherche de nouvelles méthodes pour acquérir des utilisateurs et les convertir en clients. J'ai créé une newsletter dans laquelle je partage 1 hack marketing chaque matin. Ça t'intéresse ? :) (NPS 90)

WEDNESDAY



Virginie SCHAEFFER • 11:26 PM



Toujours terminer avec une question ou un CTV

Checklist

1. Avoir une très bonne connaissance de son lecteur cible.
2. Attirer avec un titre / une accroche percutante.
3. Utiliser un langage simple et direct.
4. Affirmer sa singularité
5. Aérer le texte.
6. Mettre en avant les bénéfices puis les features (pas l'inverse).
7. Apporter de la valeur.
8. 1 contenu = 1 objectif = 1 action
9. Être authentique et honnête.

Par où commencer

1. Revoyez vos contenus existants avec les éléments partagés plus haut.
2. Écrivez, beaaaaaucoup.
3. Faites des tests pour voir ce qui fonctionne avec votre cible.
4. Continuez à écrire.