

COPYWRITING RÉDIGER POUR LE WEB

Développez les compétences nécessaires pour rédiger des contenus digitaux à visée commerciale, appliquer les techniques de copywriting et optimiser la performance de conversion

Durée

21.00 heures (3.00 jours)
Formation 100% synchrone

Profils des apprenants

- Dirigeant•e•s de petites ou moyennes entreprises, Collaborateurs et collaboratrices de TPE/PME en charge de la communication ou du marketing de leur structure.
- Cette certification les amène à développer les compétences nécessaires pour :
 - Appliquer les principes fondamentaux du copywriting lors de la rédaction d'un contenu écrit et digital
 - Produire un contenu écrit à visée commerciale
 - Optimiser les performances de transformation commerciale d'un écrit digital
- L'objectif est de permettre aux ressources humaines des TPE/PME de rédiger des contenus digitaux performants grâce au copywriting.

Pré-requis

- Etre à l'aise avec les outils informatiques
- Avoir de bonnes compétences rédactionnelles
- L'accès est conditionné par un entretien de positionnement évaluant la motivation et la cohérence du projet, suivi de la validation d'un dossier de candidature transmis à l'organisme certificateur.

Accessibilité et délais d'accès

Pour les personnes en situation de handicap, nous étudions les actions que nous pouvons mettre en place pour favoriser leur apprentissage à travers un questionnaire avant formation. Nous nous appuyons également sur un réseau de partenaires locaux.

Pour tout besoin lié à la pédagogie, notre référente est Maud : maud.hoffmann@axio-formation.com (également référente handicap)

Pour tout besoin d'ordre administratif, notre référente est Emilie : emilie.vannieuwenborg@axio-formation.com

Pour toute inscription veuillez remplir le formulaire de contact sur notre site. Vous serez recontacté.e. par notre service commercial.

Délai d'accès : 3 semaines

Processus : recueil de besoin, validation prérequis (Entretien et diagnostic initiaux pour adapter le parcours et valider le projet), devis/convention, convocation.

Qualité et indicateurs de résultats

Taux de présence VS taux d'abandon, taux de satisfaction à chaud et à froid, taux de réussite à l'évaluation finale /taux de certification



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES.



- Définir les objectifs et les cibles marketing de l'entreprise dans le cadre de la rédaction de contenus écrits et digitaux
- Identifier les types d'écrits digitaux à produire et les supports de diffusion
- Comprendre et maîtriser les principes fondamentaux du copywriting
- Rédiger une page de vente en utilisant une technique d'écriture persuasive
- Intégrer des appels à l'action
- Optimiser l'expérience utilisateur
- Réaliser un test de variation de contenu (A/B Testing)



Module 1 : Définir les objectifs et les cibles marketing de l'entreprise dans le cadre de la rédaction de contenus écrits et digitaux

- Définir les objectifs de développement commercial de l'entreprise :
 - Présenter l'entreprise, le marché et les concurrents
 - Définir les axes de développement commercial de l'entreprise
 - Lister et prioriser les objectifs à atteindre pour contribuer aux axes de développement de l'entreprise dans le cadre de la rédaction de contenus écrits et digitaux
- Définir les cibles marketing de l'entreprise :
 - Définir les objectifs marketing / communication
 - Définir les cibles marketing (personae)

Module 2 : Définir une stratégie de mots-clés et des champs lexicaux

- Comprendre les notions de bases du référencement naturel :
 - Le référencement naturel c'est quoi ?
 - Comment fonctionne Google ; ses objectifs et critères d'évaluation
- Identifier les requêtes de mots-clés pertinentes pour l'entreprise :
 - Connaître ce qu'est un "mot-clé"
 - Effectuer des recherches de requêtes à potentiel sur les moteurs de recherche
 - Répertorier les mots clés retenus dans un tableau (volume / intérêt)
 - Sélectionner les requêtes de mots clés les plus pertinentes
- Définir les champs lexicaux propres aux mots clés sélectionnés :
 - Connaître ce qu'est un champ lexical
 - Définir le champ lexical de chaque mot-clé retenu (synonymes, expressions)

Module 3 : Identifier les types d'écrits digitaux à produire et les supports de diffusion

- Sélectionner les types d'écrits digitaux à produire :
 - Présentation du panorama des types d'écrits digitaux : articles de blog, landing page, page de vente, newsletter etc...
 - Sélectionner des types d'écrits en fonction de ses objectifs, de ses cibles marketing et de ses moyens humains/financiers
 - Sélectionner les supports de diffusion digitaux : - Présentation du panorama des supports de diffusion digitaux : site internet, réseaux sociaux, etc... - Sélectionner les supports adéquats en fonction des écrits à produire et des ressources de l'entreprise



Module 4 : Comprendre et maîtriser les principes fondamentaux du copywriting

- Comprendre ce qu'est le copywriting :
 - Le copywriting ou l'art de vendre avec les mots
 - Les exemples de copywriting les plus célèbres
 - Les 3 composantes d'un contenu pertinent (utilité, inspiration, empathie)
- Comprendre les comportements des lecteurs :
 - Connaître l'échelle de conscience de choix (5 étapes)
 - Connaître les 6 biais cognitifs
 - Appréhender la théorie de l'engagement
- Découvrir les principales techniques pour structurer un écrit avec le copywriting :
 - La méthode AIDA (Attention, Intérêt, Désir, Action)
 - La méthode PAS (Problème, Agitation, Solution)
 - La méthode des 4C (Clair, Concis, Convainquant, Crédible)
 - La méthode KISS (Keep It Short and Simple)
 - Autres méthodes : le storytelling, PASTOR, 4P, FAB etc..
- Savoir présenter son produit / service efficacement :
 - Distinguer les caractéristiques des bénéfices du produit / du service à promouvoir
 - Quid du jargon professionnel ?
 - Les analogies et les métaphores

Module 5 : Rédiger un contenu performant avec le copywriting

- Rédiger un contenu écrit à haut potentiel de transformation commerciale : - Définir le ton à employer
 - Définir l'angle d'attaque (sceptique, explicatif, contradictoire etc...)
 - Définir le pronom personnel à utiliser
 - Rédiger un titre percutant pour une page de vente
 - Rédiger un objet de mail percutant pour un e-mailing
 - Rédiger un texte à la voix active
 - Intégrer des mots déclencheurs
 - Intégrer des verbes d'actions
 - Développer le champ lexical autour du mot clé principal
 - Rédiger des phrases courtes et simples
 - Introduire efficacement le prix
- Effectuer plusieurs relectures du texte :
 - Favoriser la compréhension du texte pour le lecteur
 - Favoriser la compréhension du texte pour les moteurs de recherche
 - Eviter les fautes d'orthographe, de grammaire et de syntaxe - mais aussi les coquilles



Module 6 : Intégrer des appels à l'action

- Définir un appel à l'action et l'intégrer à un support
- Définir l'action que doit réaliser le lecteur par rapport à l'objectif de l'écrit :
 - Définir le type d'appel à l'action à utiliser (textuel, bouton, image, etc...)
 - Rédiger un appel à l'action déclencheur
 - Déterminer où placer les appels à l'action (zones chaudes/froides)
- Suivre les performances commerciales de l'appel à l'action :
 - Identifier un ou plusieurs indicateurs de succès
 - Suivre les performances de l'appel à l'action

Module 7 : Optimiser l'expérience utilisateur

- Améliorer l'expérience utilisateur :
 - Intégrer des éléments facilitant la prise de contact pour le lecteur
 - Assurer l'accessibilité du support rédigé (contenu inclusif)
 - Adapter l'ergonomie du contenu
- S'assurer de la conformité légale du texte rédigé :
 - Appliquer les règles du RGPD (consentement, recueil des données, etc...)
 - Appliquer les règles de la loi de la consommation

Module 8 : Réaliser un test de variation de contenu (A/B Testing)

- Comprendre ce qu'est l'A/B Testing :
 - Définition de l'A/B testing
 - Panorama des différents logiciels dédiés
- Réaliser un test de variation :
 - Caractériser un indicateur de performance du test (KPI)
 - Définir une variation à réaliser (titre, longueur, emplacement de l'appel à action, couleurs, longueur, ton etc...)
 - Définir un échantillon représentatif
- Préparer l'analyse objective des résultats obtenus :
 - Savoir analyser les statistiques obtenues
 - Savoir retenir la variation la plus performante



ORGANISATION DE LA FORMATION.

Équipe pédagogique

Notre équipe pédagogique maîtrise l'ensemble des sujets proposés à la formation. Nous construisons nos programmes en identifiant les besoins en compétences des futurs apprenants et en collaboration avec nos experts métiers.

Axio Formation repose sur une approche personnalisée pour chaque parcours professionnel.

Nous concevons des formations qualifiantes qui non seulement répondent à vos besoins spécifiques, mais vous préparent aussi à exceller dans votre domaine.

Pour tout besoin lié à la pédagogie, notre référente est Maud: maud.hoffmann@axio-formation.com

Pour tout besoin d'ordre administratif, notre référente est Emilie: emilie.vannieuwenborg@axio-formation.com

Pour toute inscription veuillez remplir le formulaire de contact sur notre site. Vous serez recontacté.e. par notre service commercial. Délai d'accès : 3 semaines

Moyens pédagogiques et techniques

- En présentiel : Accueil des participants dans une salle dédiée à la formation; Documents supports de formation projetés; Etudes de cas concrets; Quizz et activités collectives en salle; Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation
- En distanciel : Classes virtuelles via l'interface Digiforma ou Livestorm; Support de formation partagé; Activités d'entraînement en synchrone

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles d'émergence
- Autoévaluation de niveau en début de formation et fin de formation
- Evaluations d'entraînement tout au long de la formation
- Questionnaire de satisfaction à chaud et à froid
- Réussite à l'évaluation finale (test en ligne du certificateur) ou soutenance devant jury d'évaluation selon certificateur

POUR LES FORMATIONS ÉLIGIBLES AU CPF.

Détails sur la certification :

Titre de la certification : Copywriting rédiger pour le web

Nom certificateur : La WAB

Code : RS 6347

Date d'enregistrement : 19-07-2023

Détails sur la certification: Voir fiche EDOF Mon Compte Formation

Frais d'examen inclus dans le prix des prestations : 135€/HT par apprenant

Admission sans disposition particulière

En fin de parcours, les apprenants s'engagent à passer l'examen en vue de l'obtention de la certification

Le passage de l'évaluation est obligatoire pour tout candidat utilisant ses droits CPF pour financer la formation. En cas de refus de passer l'examen, un remboursement de la formation pourra lui être demandé.

Lors de l'évaluation, le candidat présente un cas pratique de rédaction d'un contenu écrit et digital à visée commerciale. Le candidat s'appuie sur un support de type PowerPoint lui permettant d'exposer et justifier ses différentes phases de travail.

La présentation comprend :

- la description précise des cibles marketing
- la rédaction d'une page de vente diffusée sur un site internet
- l'intégration des appels à action permettant la transformation commerciale

L'ensemble du dossier répond aux objectifs et besoins stratégiques d'une TPE/PME. Toutes les compétences du présent référentiel doivent être acquises pour obtenir la certification.

Conditions de réalisation

Entre la préparation de la certification et l'évaluation, le candidat dispose de minimum 2 semaines pour organiser sa soutenance. Ce temps de préparation préalable permet au candidat de remplir tous les critères d'évaluation nécessaires à l'obtention de la certification.

Le jour de l'évaluation, le candidat a à sa disposition, une connexion internet, un ordinateur, un vidéo-projecteur. La durée de sa soutenance est de 30 minutes. À la suite de cette présentation, des questions complémentaires sont posées au candidat pendant 10 minutes.

