



## Formation Copywriting

*À l'issue de la formation, les apprenants seront capables d'optimiser le taux de conversion des pages de vente, d'analyser les zones chaudes d'un site et de rédiger des textes de vente persuasifs.*

*Ils pourront également proposer des adaptations aux contenus existants pour en améliorer le taux de conversion et programmer des tunnels de vente complets.*

**Durée:** 125.00 heures (105.00 jours)

### Profils des stagiaires

- Demandeurs d'emploi, salariés, freelances, fonctionnaires, personnes en reconversion professionnelle ayant une expérience en rédaction de contenus web et souhaitant se spécialiser en copywriting.
- Les personnes en situation de handicap qui remplissent les prérequis peuvent suivre la formation.

### Prérequis

- Réussir le test de pré-requis (90 % de bonnes réponses minimum attendues)
- S'inscrire dans une démarche de formation professionnelle
- Maîtriser parfaitement le français écrit.
- Posséder un vocabulaire riche.
- Pouvoir travailler un minimum de 9 heures par semaine durant l'action de formation
- Avoir une première expérience dans la rédaction de contenus pour le Web, en freelance ou en tant que salarié.
- Une connaissance passive de l'anglais est un plus

### Objectifs pédagogiques

- Rédiger des contenus (titre, CTA, article, page de vente) adaptés à l'objectif marketing poursuivi par l'entreprise afin de maximiser le taux de conversion en prenant en compte le parcours d'achat, le prospect et les techniques de vente.
- Analyser les résultats d'une page pour identifier et améliorer leur réussite au regard des différents indicateurs de performance, en utilisant des outils de mesure de résultats.
- Réaliser une veille sur les nouvelles pratiques de copywriting pour proposer des textes conformes aux évolutions des moteurs de recherche et aux innovations du marketing digital.

### Contenu de la formation

- Module introductif - Copywriting et inbound marketing. Temps conseillé à consacrer au module (visionnage + pratique) : environ 1 heure
  - La place du copywriting dans l'Inbound marketing
  - Quelques principes pour un copywriting éthique
- Module 1 - Convaincre par la rédaction d'écrits performants. Objectif du module : créer une offre marketing attrayante et complète Temps conseillé à consacrer au module (visionnage + pratique) : environ 29 heures
  - L'univers de la vente : le persona
  - L'univers de la vente : la marque et le produit
  - L'offre
  - Éléments de style (avancé)
  - Le visuel
  - Les zones chaudes d'un texte



- Module 2 - Maîtrisez des techniques de vente qui ont fait leurs preuves. Objectif du module : exploiter les fondamentaux du copywriting pour créer des argumentaires rassurants, crédibles et convaincants. Temps conseillé à consacrer au module (visionnage + pratique) : environ 13 heures
  - Les principes de la vente
  - Freins, preuves et construction d'un argumentaire
  - Les séquences de motivation
- Module 3 - La méthode pour construire un texte de vente. Objectif du module : rechercher et structurer un texte de vente complet Temps conseillé à consacrer au module (visionnage + pratique) : environ 37 heures
  - Préparer un texte de vente
  - Structurer un texte de vente
  - Le communiqué de presse, la brochure et la landing page
  - Le copywriting et la loi
  - L'organisation concrète du copywriter
- Module 4 - Le tunnel de vente. Objectif du module : créer la structure et le contenu de tunnels de vente adaptés aux objectifs commerciaux de l'entreprise et à la cible. Temps conseillé à consacrer au module (visionnage + pratique) : environ 20 heures
  - Qu'est-ce qu'un entonnoir de vente/pourquoi est-ce important ?
  - Les grandes étapes d'un entonnoir de vente
  - Créer le formulaire ou la page de capture - partie 1
  - Créer le formulaire ou la page de capture - partie 2
  - Structurer une séquence d'emails
  - 10 conseils supplémentaires pour des emails lus et appréciés
  - L'evergreen, l'upselling et le cross selling
  - Mesurer l'efficacité d'un tunnel de vente
  - Créer des formulaires conformes au RGPD
- Module 5 - Neuromarketing éthique ou psychologie du copywriting. Objectif du module : utiliser les principaux biais cognitifs afin d'influencer positivement la décision d'achat. Temps conseillé à consacrer au module (visionnage + pratique) : environ 10 heures
  - Les 6 principes de Cialdini
  - La théorie de l'engagement et ses conséquences sur le prospect
  - D'autres biais cognitifs utilisés en copywriting
- Module 6 - Trouver des clients. Objectif du module : gérer les missions avec efficacité et professionnalisme, de la prospection au suivi des résultats. Temps conseillé à consacrer au module (visionnage + pratique) : environ 5 heures
  - Se lancer en tant que copywriter
  - Commencer une mission sur de bonnes bases
  - Réaliser un audit de conversion
  - Introduction à l'A/B testing
- Module 7 - Storyselling : convertir grâce au pouvoir des histoires. Objectif du module : insérer des histoires dans les textes de vente pour favoriser l'émotion et l'attrait des prospects. Temps conseillé à consacrer au module (visionnage + pratique) : environ 10 heures
  - Introduction au storyselling
  - Les 6 éléments du storyselling
  - Les 3 types d'histoires de vente à connaître et exploiter
- Compléments de formation et tutoriels
  - Les 6 éléments du storyselling
  - Les 3 types d'histoires de vente à connaître et exploiter
  - Hotjar (Heatmap)
  - Le titre
  - Le parcours client
  - Active Campaign
  - Check list copywriting
  - Check List briefing client
  - Bonus

## Organisation de la formation

# SAS Formation Rédaction Web

418 rue DU MAS DE VERCHANT

34000 MONTPELLIER

Email: [roseline@formation-redaction-web.com](mailto:roseline@formation-redaction-web.com)

Tel: +33 6 22 62 02 42



## Equipe pédagogique

[Cliquez sur ce lien pour découvrir l'équipe pédagogique](#)

## Moyens pédagogiques et techniques

- Pour réussir sa formation, l'apprenant accède à : Des cours et tutoriels en vidéo.
- Des fiches récapitulatives pour chaque cours.
- Des exercices pratiques.
- Des bonus sur des thématiques spécifiques lui permettant d'aller plus loin dans son apprentissage.
- Des checklists et modèles afin de faciliter le passage à la pratique.
- Un cahier des charges qui récolte les exercices réalisés. La correction des exercices se fait , par écrit ou en vidéo, dans ce cahier des charges.

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

- Accueil de la promo en visio conférence
- Mise en situation grandeur nature permettant à l'apprenant de développer son offre de services selon les principes du copywriting
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Certificat de réalisation de l'action de formation.
- Utilisation d'un cahier des charges pour suivre l'évolution de l'action de formation du stagiaire
- Evaluation de la capacité du stagiaire à créer une page de vente
- Commission anti-décrochage avec appel des stagiaires selon les besoins