

Copywriting

En résumé

- 2 jours / 14 heures de formation
- En présentiel ou à distance
- 6 participant·e·s maximum
- Pour les professionnel·le·s et notamment :
 - Chargé·e·s de communication ou de marketing
 - Chef·fe·s de PME ou TPE
 - Indépendant·e·s
 - Demandeur·se·s d'emploi
- Financement possible par les OPCO, FAF et France Travail

RÉDACTOGRAPHE
Place 18 – 121 rue Croix de Seguey – 33000 Bordeaux
Numéro de DA : 75331674333
Numéro SIRET : 839797495 00034

Dernière mise à jour du document : 10/04/26

Objectifs de la formation

- Définir les objectifs marketing et identifier sa cible
- Comprendre les mécanismes du copywriting : biais cognitifs, storytelling, persuasion
- Maîtriser les techniques de rédaction appliquées à ses supports
- Construire son entonnoir de conversion
- Rédiger des contenus orientés action : page de vente, email commercial, post LinkedIn

Les livrables

avec lesquels vous repartirez à l'issue de la formation

- Votre persona (au moins un)
- Votre entonnoir de conversion adapté à vos objectifs et vos supports
- La cartographie de vos supports copywriting prioritaires
- La structure et le brief de votre page de vente
- Des ébauches d'email commercial et de post LinkedIn sur votre activité
- Les supports complets de la formation

Le programme

Ce qu'est le copywriting et pourquoi ça change tout

- Ce qu'est le copywriting et en quoi il se distingue de la rédaction classique
- Pourquoi les mots sont votre seul levier de conviction quand vous n'êtes pas là
- Droits des internautes, éthique et RGPD : les règles du jeu

Comprendre votre cible

- Définir ses objectifs marketing
- Construire son persona
- Identifier l'intention et les objections de sa cible

L'entonnoir de conversion

- Les différents types de contenus et supports adaptés au copywriting
- Cartographier ses supports prioritaires selon ses objectifs
- Construire son propre entonnoir de conversion

Les fondamentaux du copywriting

- Styles d'écriture persuasive et méthodes éprouvées
- Biais cognitifs : ce qui influence une décision sans qu'on s'en rende compte
- Storytelling appliqué : raconter pour convaincre
- Expérience utilisateur : simplifier le parcours pour déclencher l'action

Les techniques de rédaction

- Titres accrocheurs : les formules qui fonctionnent
- Structure d'un texte persuasif
- Annoncer le prix sans faire fuir
- Rédiger des CTA qui donnent envie d'agir

Les ateliers pratiques

- Démarrer sa page de vente : structure, brief, objectifs
- Rédiger un email commercial sur son activité
- Rédiger un post LinkedIn sur son activité

Les atouts de Rédactographe

On enseigne ce qu'on fait. Rédactographe est une agence éditoriale. Le copywriting, c'est notre quotidien, pour de vrais clients, avec de vrais enjeux.

Applicable dès le lendemain. Vous travaillez sur votre propre site pendant la formation, pas sur un cas d'école.

6 participants maximum. On frôle le coaching sur mesure. Sans en avoir le prix.

Toujours en direct. En présentiel à Bordeaux ou sur Zoom, la formation est synchrone. Pas de e-learning solitaire.

Des profils mélangés. On aime mixer les expertises et les secteurs. Chacun pousse les autres plus loin.

Formation intra disponible. Cette formation peut être organisée au sein de votre structure, pour plusieurs collaborateurs, avec un programme adapté.

Informations pratiques

Pré-requis :

Cette formation est accessible à tous les niveaux. Aucun prérequis en rédaction ou en marketing.

Moyens pédagogiques :

En présentiel, dans une salle équipée. À distance, via Zoom, en direct dans les mêmes conditions. Chaque participant doit se munir d'un ordinateur portable.

Modalités d'évaluation :

Les acquis sont évalués tout au long de la formation à travers les livrables produits par le stagiaire (persona, entonnoir de conversion, page de vente, contenus rédigés), au moyen d'une grille d'évaluation. Une évaluation finale des acquis et une évaluation de satisfaction clôturent la formation.

Délais d'accès :

Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48h avant le premier jour de la session.

Accueil des publics :

Rédactographe accueille tous les publics. Pour toute demande spécifique, notamment en matière d'accessibilité, contactez Marine : marine@redactographe.com

Financements

Selon votre situation, il est possible d'obtenir la prise en charge de tout ou partie des coûts de la formation. Contactez-nous pour obtenir de l'aide dans le montage de votre dossier.

Pour qui ?	Qui finance ?	Sous quelles conditions ?	Combien ?
Indépendants et chefs d'entreprise	Le <u>Fonds d'Assurance Formation</u> (FAF). Il diffère selon votre activité. Pour savoir à quel FAF vous êtes relié, référez-vous à votre code NAF, aussi nommé code APE (Activité Principale Exercée).	Vous devez avoir payé la CFP à l'Urssaf (Contribution à la formation professionnelle). La demande se dépose un mois avant la formation.	Le montant du financement dépend du code NAF de votre activité. Seuls les coûts pédagogiques sont remboursés.
Salariés en CDI ou CDD	Votre <u>OPCO</u> grâce au Plan de Développement des Compétences (PDC).	Votre employeur cotise chaque année auprès d'un OPCO afin de participer au financement de formation pour ses salariés. Pour les entreprises de moins de 50 salariés, la formation est financée par l'OPCO. Au-delà de 50 salariés, la formation est prise en charge par l'entreprise.	Les barèmes de financement sont fixés selon votre branche professionnelle.
Demandeurs d'emploi	<u>France Travail</u> (Pôle Emploi)	Les démarches se réalisent auprès de votre conseiller France Travail. Il évaluera l'intérêt professionnel de votre projet de formation.	La prise en charge peut être partielle ou complète.



Réservez un entretien de 15 minutes et posez directement vos questions



RÉDACTOGRAPHE
FORMATIONS



www.redactographe.com/formation



formation@redactographe.com



09 73 89 68 88