

LES 9 ACTIONS POUR UN

COPYWRITING

CLAQUÉ AU SOL

Par **moi-même**, développeur de vente
et grand amateur de cinéma.



Il existe de multiples façons d'écrire de mauvais contenus qui ne convertissent pas.

Pour prendre le chemin de **l'échec**, tu dois être attentifs a ces 9 points.



1

PRATIQUER LA POLITIQUE DE L'AUTRUCHE

Ne traitez pas les objections.

En face à face, un client peut exprimer une objection.

Quand vous lui écrivez, il ne le fera pas.

Alors surtout, faites comme si elles n'existaient pas.



2

FAITES HURLER VOTRE TEXTE

Rien de pire, dans "la vraie vie" qu'un vendeur qui parle fort, s'agite de manière inconsidérée...

Et bien, faites la même chose à l'écrit :
Utiliser des "!" a tour de bras, écrivez en majuscules pour souligner chaque idée.

...



**Qui est cet usurpateur sur la première
slide ?**

Le vrai agent secret ici, c'est moi



3

NE VOUS INTÉRESSEZ PAS AUX BESOINS DE VOS LECTEURS

Ne parlez que de vous.

Si vous proposez des avantages ou réductions, ne proposez que celles qui vous intéressent.

Pas celles qui pourraient réellement aider vos clients.



4

SOYEZ TROP VAGUE

N'utilisez pas de chiffres ou de données concrètes.

Ne soyez pas précis et spécifiques.

Ne citez pas les études.



**Mais qu'est ce que c'est
que ces guignols ?**



5

N'EMPLOYEZ PAS D'APPEL A L'ACTION

Laissez votre lecteur dans le flou.

Si à la fin de votre texte, il se demande ce qu'il doit faire, c'est ~~gagné~~ (euh perdu).



6

MATRAQUEZ AVEC DES SUPERLATIFS

Le meilleur, le plus rapide...

Tout cela ne veut tellement rien dire que
vous pouvez les utiliser encore et
encore.

Vous perdrez à la fois spécificité et
crédibilité.



7

UTILISEZ DES TÉMOIGNAGES GUIMAUVES

"J'ai été ravi de ma collaboration avec Olivier" ou "C'est un copywriter que je recommande"

Ne soyez pas spécifiques. C'est beaucoup mieux.

Car malheur, si vos témoignages évoquent l'augmentation de taux de conversion ou de votre chiffre d'affaires, ceux ci pourraient être



Tu as raison **Sean, il est temps
de passer à l'action.**



9

ÉVOQUEZ **UNIQUEMENT** LES CARACTÉRISTIQUES DE VOTRE PRODUIT

N'écrivez rien sur les bénéfices que votre lecteur peut retirer en utilisant votre produit.

Ne parlez que de vous.



CONCLUSION

Si vous respectez ces 9 commandements, je peux vous garantir que le degré de persuasion de vos contenus sera en dessous de zéro.

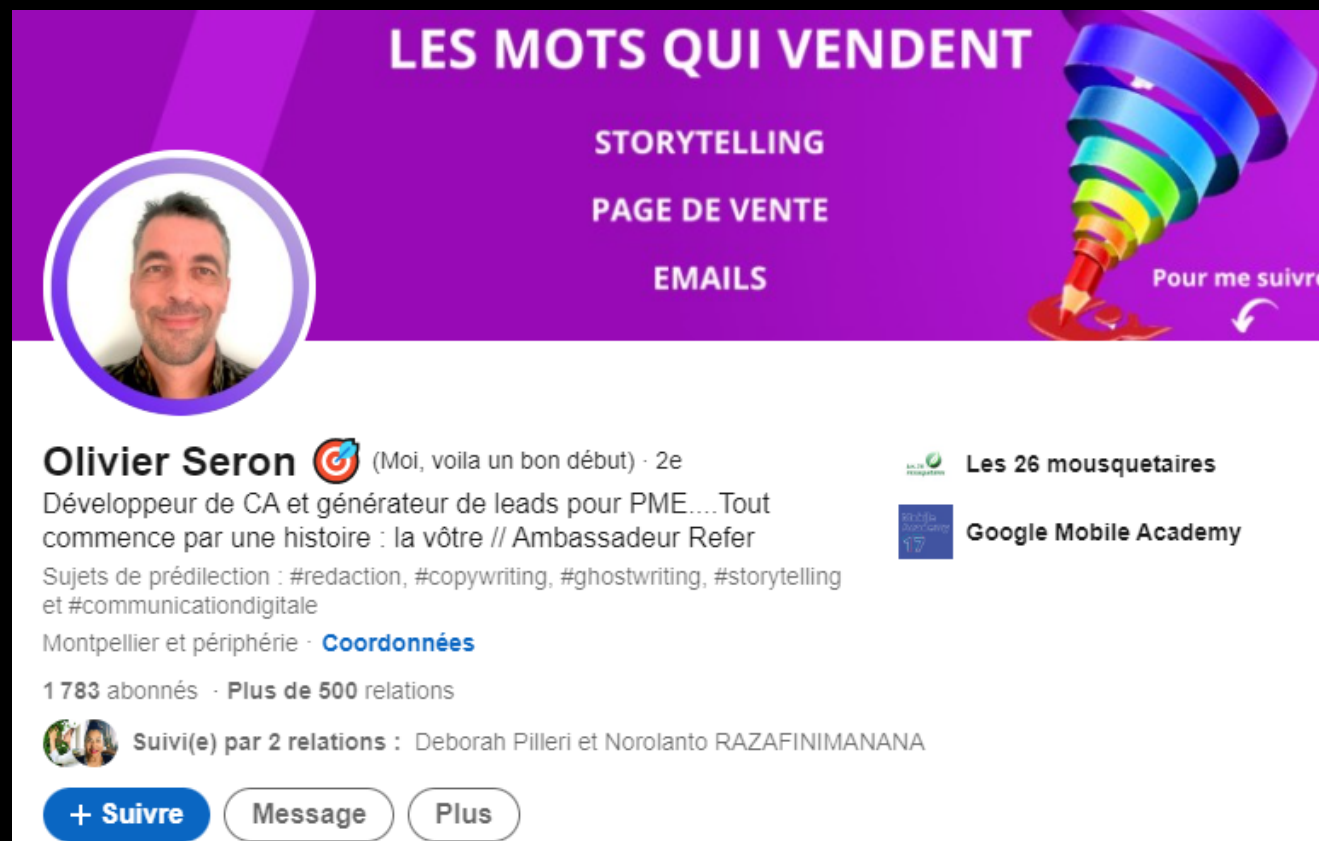
Si par un malheur incroyable vous recevez malgré tout une commande, je m'engage à vous la rembourser

(contre justificatif de la lecture de ce post).



Si tu as aimé ce carrousel, tu peux me le dire
en ce post et en ➡ un commentaire.

Pour ne pas rater mes prochaines
publications :



ABONNE-TOI

Bon, je dois vous
laisser, j'ai 2 gars en
costumes qui frappent à
la porte.