

Copywriting (rédaction)

Description



Un copywriter est une personne qui rédige des textes en tant qu'entrepreneur ou dans le cadre d'un projet pour une entreprise ou une organisation. Un « copy » (article) est un texte utilisé pour commercialiser et vendre un produit, un service ou une marque (il peut s'agir de pages de vente, de supports numériques, d'articles de blog, de pages de renvoi, d'articles de médias sociaux, de livres électroniques, d'études de cas et de livres blancs). Le but du texte est de persuader, d'informer, d'obtenir un bon classement dans les moteurs de recherche (principalement Google) et d'inciter le lecteur à prendre des mesures immédiates.

Le copywriting, c'est une question d'idées,
de propositions de valeurs et de
compétences en communication !



CONSTITUEZ VOTRE PORTFOLIO

PRENEZ VOS ÉCRITS NON RÉMUNÉRÉS
COMME EXPÉRIENCE

PROUVEZ VOTRE VALEUR

SOYEZ CRÉATIF ET IMAGINATIF

NE CESSEZ JAMAIS D'APPRENDRE

ÉTABLISSEZ DE LA CRÉDIBILITÉ

APPRENEZ LES BASES DU MARKETING
ET DE LA GESTION D'ENTREPRISE

GÉREZ VOTRE TEMPS

PRENEZ SOIN DE VOTRE RÉSEAU DE CLIENTS





Investissement ou coût d'entrée

Pour commencer à proposer des services en tant que rédacteur, l'investissement suivant est nécessaire :

- Un crayon et du papier (€)
- Un ordinateur de bureau ou portable, un moniteur et des périphériques appropriés (€€)
- Des logiciels tels que programmes Office et traitement de texte (€€)
- Les factures de téléphone (€)
- La formation et certification, par exemple, cours, livres, vidéos YouTube, l'apprentissage est vital pour devenir un rédacteur indépendant performant (€€)
- Créer un marketing pour le contenu pour promouvoir votre travail (€)
- Créer un réseau de clients et/ou de partenaires potentiels (€)
- Créez un site web et/ou commencez à constituer un portfolio pour présenter votre travail. (€)



Impact environnemental

L'impact environnemental :

- Travail à distance. La consommation continue d'énergie (chauffage des maisons, consommation d'eau et d'électricité) reste cependant une préoccupation. (🌿🌿🌿)
- Création et utilisation du papier, et déchets d'impression (🌿)
- Consommation d'énergie de votre ordinateur (🌿🌿🌿)



- Stockage des données dans le cloud (🌱🌱🌱)

Les manières de réduire cet impact :

- Le travail à distance réduit les empreintes carbone :
 - Diminution du trafic journalier qui réduit les émissions de CO2 et améliore la qualité de l'air dans les zones bâties.
 - Moins d'utilisation de plastiques à usage unique car les travailleurs mangent et boivent généralement à la maison.
 - Moins de gaspillage d'énergie générée par les ordinateurs, lumières, imprimantes, etc. laissés allumés inutilement pendant de longues périodes de la journée.
 - Moins d'impression et de gaspillage de papier car les fichiers électroniques et les PDF sont utilisés par défaut.
- Le papier peut être recyclé
- Éteignez les appareils lorsqu'ils ne fonctionnent pas afin d'éviter l'« électricité fantôme ».
- Essayez d'optimiser les fichiers stockés. Supprimez tous les fichiers, applications, photos et vidéos inutiles.
- Prévoyez des solutions numériques (par exemple, prise de notes sur ordinateur portable et/ou applications de prise de notes sur smartphone, contenu accessible numériquement sur le cloud).



Bonnes pratiques

- **Être curieux** : s'inspirer de tout et de partout



- **Respectez le ou la client(e) :** Gardez toujours le client à l'esprit et posez de bonnes questions pour obtenir des informations clés.
- **Connaissez votre public :** Il est essentiel de savoir qui est votre public et comment communiquer avec lui. Une fois que vous avez fait ce travail, vous pouvez utiliser le langage correct pour résonner avec lui.
- **Soyez méthodique :** Choisissez le plan de rédaction approprié, planifiez chaque section du texte, demandez l'avis des parties prenantes et passez plusieurs fois à la révision.
- **Soyez clair et concis :** Commencez par des titres clairs et convaincants, utilisez un langage simple et allez droit au but, mettez l'accent sur votre proposition de valeur.
- **Copywriting et durabilité :** Il devient essentiel d'établir un lien émotionnel avec les clients et les autres parties prenantes en transmettant une position critique, éthique et respectueuse de l'environnement, afin de favoriser un mode de vie plus durable.





Choisir la bonne structure

Choisir la bonne structure

1. Décrire un problème et présenter le produit comme la solution à ce problème.
2. Racontez une histoire dans laquelle le produit est impliqué et dont il est le personnage principal.
3. Posez et répondez aux questions éventuelles du lecteur sur le produit.
4. Divisez votre contenu en sections.
5. Décrire la même situation sous plusieurs angles.
6. Commencez par un niveau général, puis développez des niveaux de détail plus profonds.

Choisissez la bonne structure et incitez le lecteur à agir !



Défis

- **Écrire sans portfolio**
- **Ne pas comprendre le marketing** : Se faire connaître et promouvoir ses services est fondamental pour réussir en tant que rédacteur indépendant ; ainsi, un plan marketing peut vous aider à améliorer votre activité.
- **Dérive des objectifs** (difficultés à gérer l'étendue du projet)
- **Gestion du temps** (obtention de travail, marketing, constitution de votre portfolio, gestion des tâches administratives, réseautage, entre autres)
- **Négocier et être payé**
- **Conserver les clients**



Conseils généraux et solutions

- **Constituez votre portfolio, recherchez un emploi, établissez votre crédibilité.**
- **Apprenez les bases du marketing et de la gestion d'entreprise.**
- **Évitez les dérapages :** posez à l'avance les questions nécessaires et détaillées qui vous aideront à comprendre la quantité de travail à accomplir, le programme d'activités, vos responsabilités précises et les attentes de votre client.)
- **Gérez votre temps :** vous pouvez le faire en établissant des horaires de travail, en créant un programme hebdomadaire et quotidien à suivre.
- **Faites des recherches :** il est plus facile de négocier si vous disposez de bonnes informations. Renseignez-vous sur la valeur marchande standard avant de prendre une décision.
- **Établissez un lien avec votre client :** Cela peut vous garantir des missions régulières, des références et plus d'argent.



À qui s'adresse cet outil et cette activité ?

- Toute personne capable d'écrire, et de répondre aux besoins de son emploi ou de son client.
- Les copywriters sont un mélange de créatifs publicitaires, de psychologues comportementaux et de commerciaux.
- Un bon rédacteur est instruit, curieux, créatif, réfléchi et discipliné.



- Il s'agit de personnes possédant de solides compétences en communication : elles doivent être capables de bien écrire et de créer un contenu persuasif, en sachant comment attirer l'attention du lecteur. Ils doivent communiquer leurs idées de manière concise et efficace, en rendant les différents sujets faciles à comprendre.
- Personnes ayant un sens aigu de l'organisation.

Conclusions

- **Le copywriting consiste à écrire dans un but précis.** Le copywriter vise à conseiller le lecteur et à l'inciter à agir.
- **Le copywriting, c'est une question d'idées, de propositions de valeur et de compétences en communication :** il s'agit de la capacité à transformer un concept en un langage créatif, efficace et persuasif qui inspire le lecteur.
- **Elle ne nécessite pas d'investissement ou de coûts d'entrée élevés,** mais il faut du temps pour consolider une base solide de confiance, un réseau de clients et une crédibilité.
- **L'impact environnemental est plutôt faible** et il est principalement lié à l'utilisation de l'énergie nécessaire pour effectuer des tâches informatiques et en ligne. Il existe des moyens de le réduire ou de le compenser.
- **Un rédacteur doit faire preuve d'empathie et savoir comment se présenter aux clients.** Il doit également connaître son public et adapter son langage à ses lecteurs potentiels. Il doit être un grand créateur d'histoires et un rédacteur technique.



Bibliographie

- 9 problems every freelance writer faces when starting out. (2021, May 6). Wave Freelance Hub. Retrieved June 14, 2022, from <https://www.waveapps.com/freelancing/writing/freelance-writing-challenges>
- CopyPress. (2022a, May 2). Freelance Copywriters: Your Best Content Solution? Content Marketing Agency | Content Marketing Services by CopyPress. Retrieved June 14, 2022, from <https://www.copypress.com/kb/copy/what-is-a-freelance-copywriter/>
- CopyPress. (2022b, May 2). Freelance Copywriters: Your Best Content Solution? Content Marketing Agency | Content Marketing Services by CopyPress. Retrieved June 14, 2022, from <https://www.copypress.com/kb/copy/what-is-a-freelance-copywriter/>
- Copywriting, A. (2013, January 28). Copywriter | Copywriting | Copywriters in Norwich, Norfolk, UK. ABC Copywriting. Retrieved June 14, 2022, from <https://www.abccopywriting.com/>
- Copywriting challenges you will have to face. (2021, August 3). GigLeads. Retrieved June 14, 2022, from <https://gigleads.uk/copywriting-challenges-you-will-have-to-face/>
- DIGITAL CLEANUP DAY. (n.d.). DIGITAL CLEANUP DAY – Digital Cleanup Day. Retrieved June 14, 2022, from <https://www.digitalcleanupday.org>
- Greene, S. (2020, February 14). Want to Be a Freelance Copywriter? Consider These Challenges First. Susan Greene Copywriter. Retrieved June 14, 2022, from <https://www.susangreencopywriter.com/articles/freelance-copywriter-challenges.html>
- H. (2017, October 1). Top tips from a freelance copywriter. Honchō. Retrieved June 14, 2022, from <https://www.honchosearch.com/blog/digital-content/top-tips-freelance-copywriter/>



- Halstead, J. (2022, February 21). A Beginner's Guide to Freelance Copywriting. Honchō. Retrieved June 14, 2022, from <https://www.honchosearch.com/blog/digital-content/beginners-guide-freelance-copywriting/#:%7E:text=A%20freelance%20copywriter%20is%20someone,%2C%20convert%20customers%20and%20more.>
- How To Become a Freelance Copywriter (With FAQ). (n.d.). Indeed Career Guide. Retrieved June 14, 2022, from <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/how-to-become-freelance-copywriter>
- Kardos-Latif, D. (2022, May 19). 16 Copywriting Tools For More Effective Writing You Should Start Using Today. UX Studio. Retrieved June 14, 2022, from <https://uxstudioteam.com/ux-blog/copywriting-tools/>
- Kreimer, I. (2021a, June 22). How to Become a Freelance Copywriter: A Beginner's Roadmap. Foundr. Retrieved June 14, 2022, from <https://foundr.com/articles/marketing/how-to-become-a-freelance-copywriter>
- McCoy, J. (2020, November 6). What Does a Copywriter Do? (Infographic). Entrepreneur. Retrieved June 14, 2022, from <https://www.entrepreneur.com/article/355287>
- McMillen, J. (2021, December 19). What Does A Copywriter Do? Successful Writers Do These 4 Things. Jacob McMillen. Retrieved June 14, 2022, from <https://jacobmcmillen.com/what-does-a-copywriter-do/>
- McMillen, J. (2022, January 10). How To Become A Copywriter & Earn Six Figures+ In 2022. Jacob McMillen. Retrieved June 14, 2022, from <https://jacobmcmillen.com/how-to-become-a-copywriter/>
- Morollo, M. K. (2021, December 9). The Challenges of Being a Freelance Writer - The Startup. Medium. Retrieved June 14, 2022, from <https://medium.com/swlh/the-challenges-of-being-a-freelance-writer-967d24386c01>
- Patel, S. (2022, June 8). Best practices for effective copywriting. Olivine — A Product Marketing Agency. Retrieved June 14, 2022, from <https://www.olivinemarketing.com/articles/best-practices-for-copywriting>



- Reducing the Environmental Impact of an Online Business. (n.d.). Alice Writes Copy. Retrieved June 14, 2022, from <https://www.alicewritescopy.com/sustainability-online-business>
- The copywriting infographic. Abc copywriting. Retrieved June 14, 2022, from https://www.mdgadvertising.com/wp-content/uploads/2012/12/copywriting_infographic_full.jpg

* Financé par l'Union européenne (Code du projet: 2021-1-FR01-KA220-VET-000033162). Les points de vue et avis exprimés n'engagent toutefois que leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne sauraient en être tenues pour responsables.

Cette œuvre est placée sous licence Creative Commons Attribution- NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

