

HACKEZ VOS ECRITS

Passez d'un contenu
ennuyant à
tonitruant

Episode 2 : l'illustration

MARGOT PIAU-MOREAU



POURQUOI ILLUSTREZ VOS ECRITS ?

Vous instillez des **images mentales** qui **renforce votre discours**.

Votre cible se projette plus facilement avec votre produit ou service.

Votre message s'ancre mieux.

Discours bien ancré = achat facilité



1. L'ANALOGIE

Comment montrer clairement les bénéfices de votre solution ?

Comment créer de l'engagement autour de vos idées ou vos services ?

La solution : créer une **comparaison** avec des situations que votre cible a déjà rencontré dans son quotidien.



COMMENT ON FAIT ?

Mettez en relation votre idée, votre offre, le concept à expliquer avec des situations de la vie courante.

L'intérêt : simplifie des idées abstraites, créer de l'engagement.

Exemples d'usage : posts pédagogiques, pages de vente, posts inspirations...



MISE EN APPLICATION

Vous essayez de captiver vos apprenants
mais ça ne fonctionne pas.

Vos formations sont **aussi plates qu'un
pneu crevé.**

Imaginez le copywriting **comme le pont
entre votre offre et votre cible.**



2. CRÉER DE L'ÉMOTION

Avec l'analogie, vous pouvez créer des images mentales fortes en faisant **appel à l'imaginaire** de votre cible.

Le conseil : amusez vous avec la langue française et ses expressions imagées !



Le pré-requis : utiliser des images familières pour votre cible.



COMMENT ON FAIT ?

Utilisez des métaphores.

Il s'agit de comparer directement deux éléments sans utiliser les mots « comme » ou « tel ».

L'intérêt : créer une image mentale forte et amplifie les ressentis.

Exemples d'usage : même cas que la comparaison.



MISE EN APPLICATION

Plusieurs options.

1. **Les expressions imagés**

- un monde de connaissances
- tirer la sonnette d'alarme
- un torrent d'idées

2. **Créer votre métaphore**

- La vague du quiet quitting déferle sur l'entreprise.
- Sillonner l'océan LinkedIn



3. HUMANISER SON OFFRE

Comment **créer de l'identification**
autour d'une marque ou d'un service ?

La solution : ajouter de l'humain pour
créer de la sympathie et de l'émotion.



*L'objectif là aussi est de créer de la familiarité
car nous avons une affinité pour tout ce qui
nous est familier.*



COMMENT ON FAIT ?

Utilisez la personification en attribuant des caractéristiques humaines à votre entreprise.

L'intérêt : donne vie à vos contenus et vos services, crée de l'identification.

Exemples d'usages : contenus de marque, posts offres & services, pubs.



MISE EN APPLICATION

SuperFormation, LA formation **qui vous prend par la main**, où que vous alliez.

Vous souhaitez changer de carrière ?
Laissez-vous guider par votre bilan de compétence.

Votre ordinateur pleure, encore ce vieux LMS qui le fera planter.



LE MOT DE LA FIN

Ces hacks littéraires sont là pour **faire appel aux 5 sens**.

Par l'ajout de rythme, de visuels ou de sensorialité, vous pouvez :

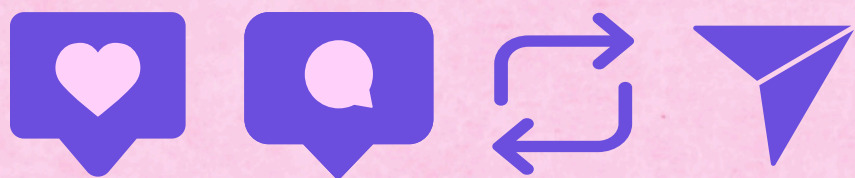
- **créer des émotions positives**
- **créer de l'identification.**

L'objectif : connecter avec votre cible pour lui donner envie de vous suivre.



Ce post vous a plu ?

Abonnez-vous pour les prochains !



MARGOT PIAU-MOREAU



Et si vous vous lancez sur LinkedIn

Pack visibilité LinkedIn

- 1 profil optimisé
- 1 stratégie clé-en-main
- 1 calendrier éditorial sur 3 mois
- 24 posts prêts à publier
- 1 espace Notion dédié
- 2 appels par mois

649€ par mois.
pendant 3 mois.



envoyez-moi un message.