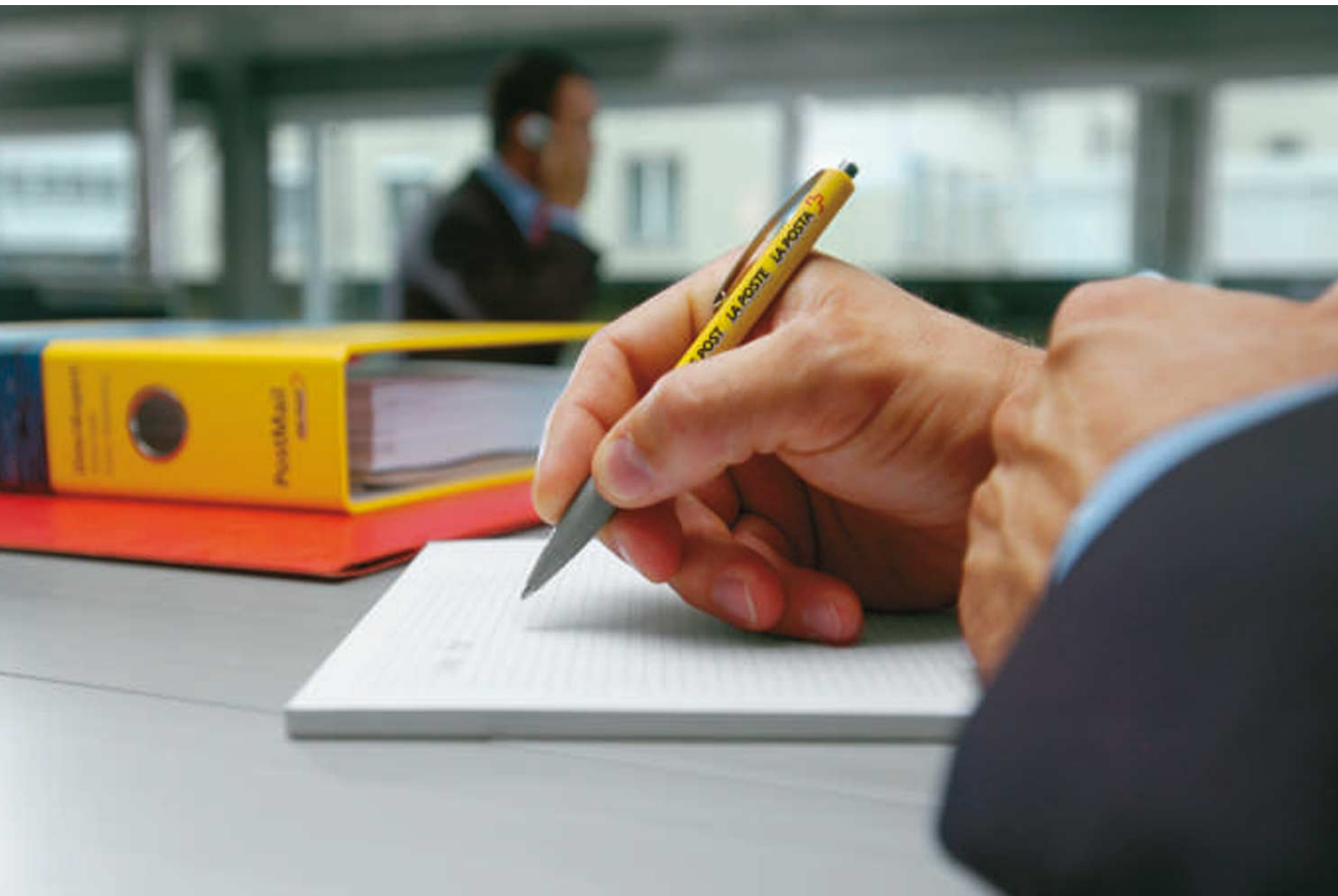


Astuce de MD

Les accroches, ou l'art de „scotcher“ le lecteur



L'accroche est censée éveiller la curiosité, mais sans trop lever le voile. Elle doit promettre un avantage, créer le suspense, amener le lecteur à lire le texte... Rédiger une bonne accroche relève du grand art. C'est aussi un facteur de succès déterminant pour votre opération de publicité. Car si elle provoque plus de bâillements qu'elle n'incite à lire, tout est perdu. Aussi géniale soit-elle, votre lettre finira à la poubelle, sans un regard. Comment éviter cela? Lisez!

Techniques de rédaction d'accroches

Techniques	Exemples	Remarques
Accroches commençant par «Comment»	<ul style="list-style-type: none"> - Comment quitter votre bureau à l'heure le soir. - Comment rédiger comme un pro... 	Les accroches qui commencent par «Comment...» s'adressent de manière personnalisée au lecteur.
Implication du groupe-cible	<ul style="list-style-type: none"> - Pour conseillers d'entreprises pressés par le temps: préparez vos présentations en un clin d'œil. 	En annonçant d'emblée la profession visée ou un domaine d'intérêt précis, vous dites à votre lecteur: «Voici quelque chose pour vous!»
Problème et solution	<ul style="list-style-type: none"> - Vous faites souvent des présentations? Alors, voici qui va vous aider. 	La question souligne le problème ou l'activité du groupe-cible. La réponse promet une solution, mais sans lever le voile.
Question	<ul style="list-style-type: none"> - A quand remonte la dernière fois que vous avez quitté le bureau à l'heure? 	Attention: ne posez pas de question à laquelle le lecteur peut répondre non!
Invitation	<ul style="list-style-type: none"> - Profitez... - Essayez ... - Appelez ... 	Si cette accroche ne conduit pas directement à l'avantage, elle a en revanche le mérite de dire clairement et en peu de mots ce que le lecteur doit faire.
Actualité	<ul style="list-style-type: none"> - La toute nouvelle XY est maintenant disponible pour un tour d'essai! - Dès à présent, vous pouvez ... - Nouveau: ... 	Les accroches ayant un caractère d'actualité répondent au besoin qu'a le lecteur d'être parmi les premiers à être au courant de ce qui se passe.

Ces techniques ne constituent que des suggestions. Il existe bien d'autres façons de développer de bonnes accroches. Voici nos astuces à ce sujet.

11 astuces utiles pour la création d'accroches

1. Rédigez votre accroche après tout le reste. Après quoi, coordonnez accroche et texte.
2. Réfléchissez aux motifs d'achat possibles de vos personnes-cibles et mettez-vous à la place de vos lecteurs.
3. Eveillez la curiosité, promettez un avantage ou créez le suspense.
4. Restez concret et pertinent. Mais ne révélez pas tout.
5. Ecrivez de manière imagée. «Vous n'en reviendrez pas!» en dit plus long que «Attention!»
6. Utilisez les signes de ponctuation. Traits d'union, points d'exclamation, d'interrogation ou de suspension (...) donnent du relief à votre accroche. Si vous utilisez des points de suspension, vous n'avez pas besoin de les répéter au début de votre lettre.
7. Evitez clichés éculés et exclamations rebattues du genre «Incroyable!» ou «Unique!»

8. Attention à ne pas utiliser des accroches trop créatives ou trop spirituelles, mieux indiquées pour la publicité traditionnelle. La plupart du temps, en effet, elles ne contiennent aucun avantage et ne stimulent aucune réaction.
9. Attention aux jeux de mots malheureux et constructions avec parenthèses, comme par exemple «On (ne) fait (pas) dans la dentelle» (mercerie) ou «Vous verrez bien plus que 36 chandelles» (luminaires).
10. Ecrivez un grand nombre d'accroches «brutes». Sans réfléchir. Et rapidement.
11. Choisissez la meilleure et «creusez-la».

Les accroches sont comme les images

En plaçant une caméra sur les yeux, on peut suivre le mouvement du regard et voir ce qui le retient. En matière d'accroche, voici l'ordre de préférence:

- lettres majuscules plutôt que minuscules
- une ligne plutôt que plusieurs
- brièveté plutôt que longueur
- couleur plutôt que noir

Mais cela n'est qu'accessoire. Une accroche de plusieurs lignes et en lettres noires peut aussi être impactante!

Encore quelques exemples d'accroches:

- Mais que s'est-il passé? (mailing de rappel aux clients «dormants»)
- Enfin une bonne nuit de sommeil!
- Changez le monde! (organisation d'entraide)
- ADSL – c'est sûr!
- Vos collaborateurs n'en reviendront pas. Vos concurrents non plus.
- Les bonnes tables, ça nous connaît (menuiserie)

Pour plus d'informations: www.poste.ch/directpoint.

La Poste Suisse
PostMail
Marketing direct
Viktoriastrasse 21
3030 Berne

Téléphone 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.poste.ch/directpoint