

Astuce de MD

11 conseils de base pour rédiger de bons textes publicitaires

Z. I E L

ST A R T

Le manque de temps, un écran désespérément vide, le souhait de rédiger un texte vraiment exceptionnel, voici qui très vite peut générer une véritable angoisse de la page blanche. Mais ne vous inquiétez pas: sur le site Internet businessstext.de (en allemand) du rédacteur publicitaire Detlef Krause, nous avons découvert une base qui vous évitera de telles situations désagréables.

1. N'attendez pas l'inspiration de génie.

Si, vous recherchez les traits de génie dès le début, la rédaction vous semblera bien difficile. Aucune ligne, aucun mot ne vous paraîtra suffisamment bon pour être écrit. Et vous resterez de longues heures devant votre page blanche. Au début, ce que vous écrivez n'a pas d'importance. Ecrivez des passages ou des mots isolés qui vous passent par la tête. L'important, c'est de lancer votre ordinateur ou votre stylo. Ne vous inquiétez pas, votre production deviendra meilleure à chaque idée que vous noterez.

2. Commencez par quelque chose de simple.

L'important, c'est de commencer à écrire. L'activité mécanique aidera vos idées à décoller.

3. Ecrivez comme vous parleriez à une de vos bonnes connaissances.

Si par exemple vous rédigez une annonce pour une voiture, imaginez que vous décrivez cette voiture à un collègue, pendant un repas. Notez très simplement de manière décontractée, comment vous lui donneriez envie d'essayer cette voiture.

4. Ecrivez vos courriers publicitaires comme vous écririez une lettre à votre meilleur ami.

N'oubliez pas que des centaines, voire des milliers de personnes liront votre mailing. En effet, chaque lettre est lue par un destinataire. Tout à fait individuellement. En conséquence, écrivez de manière très personnelle, de personne à personne, et réfléchissez

- à ce qui pourrait intéresser tout particulièrement votre ami ou votre amie,
- à la manière dont il ou elle pourra profiter au mieux de votre offre.

5. Commencez par oublier tous les contenus que vous souhaitez faire passer.

Au début, ignorez les nombreux détails que votre texte devrait impérativement contenir. Ils ne feront que bloquer votre élan. Le texte risquera d'être trop fonctionnel, ennuyeux et de manquer d'émotion. Si vous l'estimez vraiment nécessaire, vous pourrez toujours ajouter ces points ultérieurement.

6. Décrivez votre produit.

Une bonne manière de commencer un texte publicitaire consiste à simplement décrire le produit. A moins que ce ne soit une voiture par exemple, représentez-le vous devant vous, sur votre bureau, et établissez la liste de ses caractéristiques: couleur, taille, matière, etc. Cherchez ensuite un terme clé pour illustrer de manière concrète l'un ou l'autre détail. Admettons que votre terme-clé soit «mince». Ecrivez le mot sur un papier, et inscrivez tous les avantages correspondants, par exemple maniable, compact, léger, trouvant sa place dans n'importe quelle poche de veste, etc.

7. Faites la liste des avantages pour l'acheteur.

Etablissez la liste des avantages de votre produit ou de votre service pour le client. Centrez cette énumération sur l'utilité pour le client. Ou, à l'inverse, sur ce que votre client manquera s'il n'utilise PAS votre offre (perte d'avantages fiscaux, produit qui ne sera plus disponible, etc.).

8. Décrivez ce qui vous enthousiasme le plus dans votre offre!

Pour enthousiasmer vos lecteurs, vous devez être convaincu vous-même. Débutez votre texte par une description de ce qui vous impressionne le plus dans le nouveau produit ou la nouvelle offre. Vous insufflerez ainsi automatiquement plus de conviction dans tout le texte. Votre style enthousiaste se transmettra ensuite aux autres détails, peut-être nettement moins fascinants.

9. Commencez par le titre.

Essayez de rédiger un titre à partir de l'atout principal de votre produit. Essayez de faire de même également avec d'autres avantages dont vous avez fait la liste. Ecrivez tous les titres qui vous viennent à l'esprit et choisissez le meilleur à la fin. Vous avez désormais établi clairement comment commencer votre texte, en développant votre titre. Reprenez cette accroche et conservez-la comme un fil rouge tout au long de votre texte. Conseil: ne jetez pas encore vos autres titres à la corbeille à papier. Ils pourront peut-être vous servir de sous-titres.

10. Ecrivez vite, corrigez plus tard.

Vous conserverez ainsi l'élan de votre écriture créative. Et les mots continueront à couler. Les pensées et les phrases se succéderont, obligeant quasiment le lecteur à poursuivre sa lecture. Après, vous pourrez toujours modifier un mot ou l'autre, supprimer des répétitions ou réécrire complètement un paragraphe. Même les grands auteurs rédigent leurs textes cinq à six fois avant d'en être totalement satisfaits.

11. Si vous avez le temps, laissez passer une nuit.

Après vous être bien reposé, vous lirez votre texte le lendemain matin comme quelqu'un qui le voit pour la première fois. Presque comme votre groupe-cible. Si vous le trouvez toujours bon, c'est généralement qu'il l'est. Sinon, remettez-le sur le métier. Vous ne le regretterez pas.

Source: www.businessstext.de (en allemand) **Auteur:** Detlef Krause

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