


## Rédiger des contenus digitaux performants avec le copywriting

 Certification au RS de France Compétence

 Formation en mix learning

 29 heures



Cette formation permet d'apprendre à rédiger des contenus digitaux performants à visée commerciale, en s'appuyant sur les principes fondamentaux du copywriting. Elle prépare à l'examen final de la **certification** professionnelle « **Rédiger des contenus digitaux performants avec le copywriting** », enregistrée à [France Compétences sous le numéro RS6347](#), dont l'organisme certificateur est **La WAB**. L'examen final est obligatoire pour l'obtention de la certification. À l'issue de la formation, le stagiaire s'engage à passer l'examen préparant à la certification.

Cette formation professionnelle de par son caractère certifiant peut être prise en charge par le CPF. Toute action ne rentrant pas dans le cadre de l'article L6313-1 du code du travail ne rentre pas dans ce dispositif de prise en charge.

# 1. Objectifs pédagogiques

- Définir les objectifs et les cibles marketing de l'entreprise
- Identifier les types d'écrits digitaux à produire et leurs supports de diffusion
- Comprendre et maîtriser les fondamentaux et les structures du copywriting persuasif
- Rédiger une page de vente performante et intégrer des appels à l'action
- Exploiter les outils d'intelligence artificielle pour rédiger et planifier des contenus
- Créer du contenu LinkedIn qui capte l'attention et génère des leads qualifiés
- Mesurer, tester et améliorer la performance des contenus (A/B Testing)

# 2. Public cible et prérequis

## Public cible :

Cette certification s'adresse aux dirigeant·e·s de petites ou moyennes entreprises, ainsi qu'aux collaborateurs et collaboratrices de TPE/PME en charge de la communication ou du marketing de leur structure. Elle s'adresse à des professionnels souhaitant développer les compétences nécessaires pour appliquer les principes fondamentaux du copywriting lors de la rédaction d'un contenu écrit et digital, produire un contenu écrit à visée commerciale et optimiser les performances de transformation commerciale d'un écrit digital.

## Prérequis :

La certification s'adresse à des professionnels issus de TPE ou PME, ayant pour habitude de travailler quotidiennement avec l'outil informatique : recherche internet, e-mails, traitement de texte, etc. Les candidats doivent également avoir de bonnes aptitudes à la rédaction d'écrit. La motivation du candidat et la pertinence de son projet de formation sont évaluées lors d'un entretien de positionnement préalable à la préparation de la certification. Un dossier de candidature à la certification est complété par l'organisme de formation et transmis à l'organisme certificateur La WAB pour validation.

### 3. Intérêt de la formation

Les TPE et PME disposent souvent d'outils digitaux, comme un site internet, des réseaux sociaux ou des campagnes d'e-mailing, mais leurs contenus ne sont pas toujours suffisamment structurés pour attirer, convaincre et convertir. Cette formation permet aux apprenants de comprendre comment mettre l'écriture au service du développement commercial. Elle permet également d'appliquer les techniques de copywriting à différents supports digitaux, avec un focus spécifique sur le **Personal Branding sur LinkedIn**, afin de capter l'attention, renforcer sa crédibilité et générer des opportunités qualifiées.

### 4. Durée

29 heures au total : 21h de formation e-learning + 8h de formation en synchrone

### 5. Modalités de formation

La formation est proposée en **mix-learning**, combinant un parcours e-learning accessible à distance et des temps d'accompagnement pédagogique en direct.

Le parcours e-learning comprend **10 modules**, pour une durée estimée de **21 heures**. Ces modules permettent d'aborder progressivement les notions essentielles de la formation : définition des objectifs et des cibles marketing, stratégie de mots-clés, stratégie éditoriale, fondamentaux du copywriting, rédaction d'une page de vente, intégration des appels à l'action, optimisation de l'expérience utilisateur, conformité RGPD/accessibilité et réalisation d'un test A/B.

Le parcours est complété par un temps collectif en direct de **7 heures**, consacré à la mise en pratique, aux retours d'expérience et à l'application des notions de copywriting dans un contexte professionnel, avec un focus spécifique sur le **Personal Branding sur LinkedIn**.

Un accompagnement pédagogique individuel d'**1 heure par apprenant** est également prévu afin de vérifier la bonne assimilation des principaux concepts de la formation, répondre aux questions, consolider les acquis et préparer le passage de la certification.

#### Procédure de candidature à la certification

La motivation du candidat et la pertinence de son projet de formation sont évaluées lors d'un entretien de positionnement préalable à la préparation de la certification.

Un dossier de candidature à la certification, renseigné par l'Organisme Partenaire est ensuite complété et transmis à l'organisme certificateur (LA WAB) pour validation.

## 6. Compétences visées

À l'issue de cette formation, les participants seront capables d' :

- **C1.** Initier une politique de rédaction de contenu en entreprise, en établissant les objectifs commerciaux liés à la rédaction et en identifiant les cibles marketing, afin de mettre le travail d'écriture au service du développement commercial de l'entreprise.
- **C2.** Élaborer une stratégie éditoriale, en identifiant les typologies d'écrits à produire et les supports de diffusion, afin d'adapter les futurs écrits aux besoins des publics.
- **C3.** Rédiger une page de vente à diffuser sur un site internet, en appliquant les principes fondamentaux du copywriting et en utilisant une technique d'engagement émotionnel, afin de produire un contenu persuasif et convaincant pour les cibles.
- **C4.** Intégrer des appels à l'action au sein d'un écrit, en composant des boutons d'appel à l'action et en créant des éléments de réassurance, afin de favoriser la transformation commerciale suite à la lecture d'un contenu digital.
- **C5.** Assurer la conformité légale du contenu digital rédigé, en respectant le RGPD, la loi de la consommation et en intégrant les préoccupations d'accessibilité et d'ergonomie, afin d'améliorer l'expérience utilisateur et de produire un contenu rédactionnel éthique et responsable.
- **C6.** Réaliser des tests de variations de contenu, en utilisant la méthode de test incrémental, A/B testing, afin de comparer et d'optimiser les performances rédactionnelles sur un support web.

## 7. Méthodes et moyens pédagogiques

La formation combine plusieurs modalités pédagogiques :

- modules e-learning accessibles dès le début du parcours ;
- supports pédagogiques consultables à tout moment ;
- exercices pratiques et mises en application ;

- travaux pratiques permettant de construire progressivement le livrable d'examen ;
- analyses de cas concrets ;
- focus en direct de 7 heures sur le Personal Branding sur LinkedIn, les retours d'expérience terrain et les travaux pratiques ;
- accompagnement pédagogique individuel d'1 heure par apprenant pour consolider les acquis et préparer l'évaluation finale.

## 8. Politique handicap, modalités et délais d'accès

### Politique handicap :

- En cas de handicap, contactez notre référent handicap : [contact@french-techfactory.com](mailto:contact@french-techfactory.com)

### Modalités d'inscription :

- Inscription sur entretien, analyse de votre projet et test de positionnement.
- Les candidatures sont ouvertes tout au long de l'année.

### Délai d'accès :

- Les accès à la formation sont envoyés après expiration de votre délai de rétractation légal.

## 9. Tarifs

Le prix de cette formation est de 1650 HT pour 29 heures de formation en mix learning. Ce tarif inclut l'accès à des outils pédagogiques en ligne, des supports de formation personnalisés, des ateliers pratiques permettant une mise en application directe des concepts abordés et des évaluations pour garantir la bonne assimilation des enseignements.

*\*TVA non applicable de l'article 261.4.4 CGI.*

## 10. Contenu de la formation

### Module 1 : Définir les objectifs et les cibles marketing de l'entreprise

- Présenter l'entreprise, son marché et ses concurrents.
- Définir les axes de développement commercial.
- Lister et prioriser les objectifs liés à la rédaction de contenus.

- Définir les objectifs marketing et communication.
- Identifier les cibles marketing et construire des personae.

## **Module 2 : Définir une stratégie de mots-clés et des champs lexicaux**

- Comprendre les bases du référencement naturel.
- Identifier les requêtes de mots-clés pertinentes pour l'entreprise.
- Sélectionner les mots-clés les plus adaptés.
- Définir les champs lexicaux associés aux mots-clés retenus.

## **Module 3 : Identifier les types d'écrits digitaux et les supports de diffusion**

- Découvrir les principaux formats d'écrits digitaux : article de blog, landing page, page de vente, newsletter, e-mailing, publication LinkedIn.
- Sélectionner les formats adaptés aux objectifs, aux cibles et aux moyens de l'entreprise.
- Identifier les supports de diffusion pertinents : site internet, réseaux sociaux, e-mailing, etc.

## **Module 4 : Comprendre et maîtriser les principes fondamentaux du copywriting**

- Comprendre le copywriting comme l'art de vendre avec les mots.
- Identifier les composantes d'un contenu pertinent : utilité, inspiration, empathie.
- Comprendre les comportements des lecteurs, les biais cognitifs et la théorie de l'engagement.
- Découvrir les principales structures : AIDA, PAS, 4C, KISS, storytelling, PASTOR, 4P, FAB.
- Distinguer les caractéristiques et les bénéfices d'une offre.

## **Module 5 : Rédiger un contenu performant avec le copywriting**

- Définir le ton à employer.
- Choisir un angle d'attaque.
- Rédiger un titre ou un objet de mail percutant.
- Utiliser la voie active, les mots déclencheurs et les verbes d'action.
- Rédiger des phrases courtes, simples et compréhensibles.
- Introduire efficacement le prix.
- Relire le texte pour améliorer la compréhension, la clarté et la qualité rédactionnelle.

## Module 6 : Utiliser les outils IA pour rédiger et planifier des contenus

- Comprendre le rôle de l'IA dans la chaîne éditoriale.
- Identifier les limites et opportunités de l'IA en copywriting.
- Maîtriser les fondamentaux du prompt engineering.
- Rédiger des prompts précis et contextualisés.
- Créer un calendrier éditorial efficace.
- Ajuster le ton, la structure et la performance des contenus avec l'IA.

## Module 7 : Intégrer des appels à l'action

- Définir l'action attendue après la lecture d'un contenu.
- Choisir le type d'appel à l'action : texte, bouton, image, formulaire.
- Rédiger un CTA clair et déclencheur.
- Déterminer l'emplacement des CTA selon les zones chaudes et froides.
- Suivre les performances commerciales des appels à l'action.

## Module 8 : Optimiser l'expérience utilisateur

- Faciliter la prise de contact.
- Améliorer l'ergonomie du contenu.
- Rendre le contenu accessible au plus grand nombre.
- Respecter les principes du RGPD.
- Prendre en compte la loi de la consommation.
- Produire un contenu éthique, responsable et conforme.

## Module 9 : Réaliser un test de variation de contenu, A/B Testing

- Comprendre le principe de l'A/B testing.
- Définir une variation à tester : titre, longueur, emplacement du CTA, ton, couleur, angle.
- Choisir un KPI.
- Définir un échantillon représentatif.
- Analyser les statistiques obtenues.
- Retenir la variation la plus performante.

## Module 10 : Créer du contenu LinkedIn qui capte l'attention et génère des leads qualifiés

- Comprendre les codes de LinkedIn.
- Identifier les clés de visibilité et d'engagement.
- Construire une stratégie de contenu ciblée.
- Définir son positionnement et ses piliers de contenu.
- Utiliser le storytelling pour favoriser l'engagement.
- Concevoir un lead magnet.
- Transformer son audience en prospects grâce aux messages privés.

## 11. Modalités d'évaluation

Lors de l'évaluation, le candidat présente un cas pratique de rédaction d'un contenu écrit et digital à visée commerciale. Le candidat s'appuie sur un support de type PowerPoint lui permettant d'exposer et de justifier ses différentes phases de travail :

- la description précise des cibles marketing ;
- la rédaction d'une page de vente diffusée sur un site internet ;
- l'intégration des appels à l'action permettant la transformation commerciale.

Toutes les compétences du référentiel doivent être acquises pour obtenir la certification.

Entre la préparation de la certification et l'évaluation, le candidat dispose de minimum 2 semaines pour organiser sa soutenance.

Le jour de l'évaluation, la durée de la soutenance est de **30 minutes**. À la suite de cette présentation, des questions complémentaires sont posées au candidat pendant **10 minutes**.

## 12. Moyens matériels

### Supports pédagogiques :

- Les supports pédagogiques sont fournis à chaque participant pour permettre aux apprenants de revenir sur les contenus abordés au cours de la formation.

## 13. Modalités d'assistance technique

Afin de garantir une expérience d'apprentissage optimale, un support technique est disponible pour résoudre toute difficulté rencontrée lors de la connexion à la formation ou de l'utilisation de la plateforme de vidéoconférence. En cas de problème de connexion ou de difficulté technique, le formateur pourra être contacté par mail, SMS ou WhatsApp. Cette assistance permettra de résoudre rapidement toute difficulté liée à l'accès aux sessions ou à l'utilisation des outils en ligne, assurant ainsi la continuité de la formation.

## 14. Modalités d'assistance pédagogique

Un accompagnement pédagogique est également mis en place pour répondre aux questions relatives au contenu de la formation. En cas de besoin d'éclaircissements ou de précisions sur les concepts abordés, le formateur sera disponible par mail, SMS ou WhatsApp. Ce dispositif vise à garantir un suivi personnalisé et à s'assurer que les enseignements sont bien compris et intégrés dans le cadre professionnel des apprenants.