Les techniques de rédaction

La force de l'écriture marketing

3 jours (21h00) | 4,6/5 | PRESS-3505819 | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 2 145 € ht

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Concevoir, structurer et imager ses textes.
- Créer des accroches qui promettent.
- Ciseler des formules percutantes.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Création intensive d'accroches, formulations de promesses, rédaction d'une lettre de vente percutante de l'accroche au PS.

Chaque participant apporte impérativement deux documents : un dont il est satisfait et un autre qui lui plaît moins. Un exercice sera proposé le dernier jour : Regard "marketeur" sur les documents apportés.

Prérequis

Connaître les fondamentaux des techniques du marketing.

Public concerné

Responsables et chargés de communication, de marketing, rédacteurs-concepteurs.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Stimuler sa créativité pour renouveler ses écrits marketing

- Analyser les ressorts de textes créatifs : surprise, contraste, humour et précision.
- Explorer plusieurs angles à partir d'une même idée, d'un produit ou d'un service.
- Utiliser des techniques d'association, de changement de point de vue et d'écriture sous contrainte.
- Repérer les clichés, les formules convenues et les ressemblances avec les discours concurrents.
- Puiser dans des univers variés pour enrichir ses idées et affirmer son style.

Exercice pratique : *à partir d'un brief, imaginer trois approches créatives en utilisant différentes techniques d'idéation. Sélectionner et retravailler une proposition selon sa pertinence, son originalité et le ton de la marque.*

Écrire pour convaincre et susciter l'action

- Clarifier son objectif, son public et l'action attendue.
- Traduire les caractéristiques d'une offre en bénéfices concrets pour le lecteur.
- Structurer son texte : accroche, proposition de valeur, preuves et appel à l'action.
- Anticiper les objections et y répondre avec des arguments précis.
- Adopter un style direct, vivant et adapté au support : e-mail, page web, publication sociale ou brochure.
- Éviter les promesses excessives, les formulations vagues et les effets de pression.
- Faciliter le passage à l'action avec une consigne claire et cohérente avec la promesse.

Exercice pratique : *rédiger un e-mail ou une page de présentation à partir d'un brief. Identifier les bénéfices, intégrer des preuves et formuler un appel à l'action. Relecture en binôme pour évaluer la clarté et la force de persuasion.*

Concevoir des accroches et des formulations percutantes

- Trouver un ton distinctif, cohérent avec l'identité de la marque et les attentes du public.
- Choisir des mots précis, des verbes actifs et des formulations concrètes.
- Construire une accroche à partir d'un bénéfice, d'une question ou d'un contraste.
- Formuler une promesse attractive, crédible et étayée.

- Travailler le rythme, la concision et la complémentarité entre titre et texte.
- Réécrire un même message selon plusieurs registres pour identifier le plus pertinent.
- Comparer les versions selon leur compréhension, leur singularité et leur capacité à susciter l'action.

Exercice pratique : *créer cinq accroches et trois appels à l'action pour une même offre. Les tester auprès du groupe, puis affiner les formulations retenues en justifiant ses choix.*

Fil rouge : *concevoir un texte marketing de l'idée initiale à la version finale, en associant créativité, argumentation et relecture critique.*

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

Évaluation formative.

Évaluation des acquis : quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression.

Évaluation à chaud : à la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation.

Évaluation à froid : à J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d'accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.