RÉDIGER DES CONTENUS DIGITAUX PERFORMANTS AVEC LE COPYWRITING

Développez les compétences nécessaires pour rédiger des contenus digitaux à visée commerciale, appliquer les techniques de copywriting et optimiser la performance de conversion

Durée

21.00 heures (3.00 jours)
Formation 100% synchrone en présentiel ou en classe virtuelle selon la session sélectionnée sur Mon Compte Formation.

Points forts

Cours individuels ou en mini groupe limité à 10 pour plus d'interactivité + Préparation d'une certification officielle.

Profils des apprenants

- Dirigeant·e·s, responsables communication ou marketing des TPE/PME souhaitant améliorer la performance de leurs contenus digitaux
- Professionnel·le·s en charge de la production de contenus (rédaction web, community management, communication digitale) au sein d'une organisation
- Salarié·e·s souhaitant développer des compétences opérationnelles de rédaction persuasive pour renforcer l'impact commercial des supports digitaux de leur entreprise
- Indépendants ou prestataires intervenant dans la création de contenus digitaux pour des TPE/PME, souhaitant maîtriser les techniques de copywriting et d'optimisation de la conversion.



Pré-requis

- Disposer d'une pratique courante des outils informatiques
- Avoir une aisance rédactionnelle de base et une capacité à structurer des idées à l'écrit
- Comprendre les enjeux commerciaux d'un contenu digital (présentation d'une offre, mise en valeur d'un produit ou service)
- Avoir un projet de développement des compétences opérationnelles en rédaction digitale et en copywriting.
- Un dossier de candidature est renseigné par l'organisme de formation puis transmis à l'organisme certificateur (LA WAB) pour validation.
- En cas de séquence en distanciel, il faut également savoir utiliser une plateforme collaborative en ligne (visio-conférence).

Accessibilité et délais d'accès

Pour les personnes en situation de handicap, nous étudions les actions que nous pouvons mettre en place pour favoriser leur apprentissage à travers un questionnaire avant formation. Nous nous appuyons également sur un réseau de partenaires locaux.
Pour tout besoin lié à la pédagogie, notre référent est Patrick : gestion@axio-academy.com (également référent handicap)
Pour tout besoin d'ordre administratif, notre référente est Emilie : gestion@axio-academy.com
Pour toute inscription veuillez remplir le formulaire de contact sur notre site. Vous serez recontacté.e. par notre service commercial.
Délai d'accès : 11 jours ouvrés (14 jours ouvrables)
Processus : recueil de besoin, validation prérequis (Entretien et diagnostic initiaux pour adapter le parcours et valider le projet), devis/convention, convocation.

Pour les inscriptions réalisées via Mon Compte Formation, les informations précontractuelles complètes relatives à la session, au prix, aux dates, aux horaires, aux modalités d'inscription, aux conditions de financement, aux modalités de certification et aux éventuels frais annexes sont accessibles sur la fiche EDOF correspondante avant validation de la commande.
L'inscription définitive intervient exclusivement après validation de la commande par le titulaire sur la plateforme Mon Compte Formation.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES.

- Définir les objectifs et les cibles marketing et commerciaux des contenus digitaux à produire
- Choisir les bons formats et canaux de diffusion pour maximiser l'impact des contenus (pages web, emails, réseaux sociaux...).
- Maîtriser les bases du copywriting pour capter l'attention, susciter l'intérêt et déclencher l'action.
- Rédiger des contenus persuasifs et orientés conversion, adaptés aux usages du web et des réseaux sociaux.
- Optimiser l'expérience de lecture et la performance des contenus, grâce aux principes d'UX writing et aux appels à l'action (CTA).
- Gagner en efficacité grâce aux outils numériques et à l'IA, tout en conservant une maîtrise éditoriale et stratégique.
- Tester, analyser et améliorer les contenus pour augmenter leur impact commercial (A/B Testing).
- Produire des contenus conformes, responsables et accessibles, respectueux du cadre légal et des utilisateurs.

CONTENU DE LA FORMATION.

1 : Définir les objectifs et les cibles marketing d'un contenu digital - temps estimé 2H

- Définir les objectifs de rédaction de contenus :
  - Identifier les objectifs commerciaux et marketing liés à la production de contenus digitaux.
  - Présenter l'entreprise, son offre, son marché et son positionnement.
  - Définir les axes de développement commercial concernés par la rédaction de contenus.
  - Prioriser les objectifs à atteindre (visibilité, génération de leads, conversion, fidélisation).
- Identifier et caractériser les cibles marketing :
  - Définir les objectifs de communication associés aux contenus.
  - Identifier les cibles marketing et leurs besoins.
  - Formaliser des personae (motivations, freins, comportements digitaux).

Exercice : l'apprenant décrit l'entreprise, l'offre, les objectifs et les cibles ; formalise un ou plusieurs personae pour son cas pratique.



2 : Élaborer une stratégie de mots-clés et de champs lexicaux - temps estimé 2H

- Comprendre les bases du référencement naturel :
  - Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche et leurs objectifs.
  - Identifier les critères généraux de pertinence d'un contenu.
- Identifier des requêtes de mots-clés pertinentes :
  - Comprendre la notion de mot-clé et d'intention de recherche.
  - Réaliser des recherches de mots-clés à potentiel.
  - Analyser le volume, l'intérêt et la pertinence des requêtes.
  - Sélectionner les mots-clés principaux et secondaires.
- Définir les champs lexicaux associés :
  - Comprendre la notion de champ lexical.
  - Identifier synonymes, expressions et variantes sémantiques.
  - Structurer un champ lexical cohérent autour des mots-clés sélectionnés.

Exercice : l'apprenant analyse les intentions ; recherche et sélectionne les mots-clés ; construit un champ lexical adapté à son contenu

3 : Identifier les types d'écrits digitaux et les supports de diffusion - temps estimé 1H

- Choisir les formats de contenus à produire :
  - Panorama des principaux écrits digitaux (page de vente, landing page, email, réseaux sociaux, article...).
  - Identifier les usages, forces et limites de chaque format.
  - - Sélectionner les types d'écrits en fonction des objectifs, des cibles et des ressources.
- Choisir les supports de diffusion :
  - Panorama des supports digitaux (site internet, emailing, réseaux sociaux).
  - Adapter les supports aux formats de contenus.
  - Garantir la cohérence entre message, format et canal de diffusion.

Exercice : l'apprenant compare les formats ; sélectionne le contenu et le support ; justifie leur adéquation avec la cible et l'objectif.

4 : Comprendre et maîtriser les fondamentaux du copywriting - temps estimé 4H30

- Découvrir le copywriting :
  - Définir le copywriting et ses objectifs.
  - Comprendre le rôle du copywriting dans la performance commerciale.
  - Identifier les composantes d'un contenu efficace (utilité, empathie, inspiration).
- Comprendre les comportements des lecteurs :
  - Comprendre les niveaux de conscience du lecteur.
  - Identifier les principaux biais cognitifs.
  - Appréhender les mécanismes d'engagement et de persuasion.
- Structurer un message avec les techniques de copywriting :
  - Découvrir les principales méthodes (AIDA, PAS, 4C, KISS, storytelling...).
  - Choisir une structure adaptée à l'objectif et au support.
  - Construire une argumentation orientée bénéfices.
- Présenter efficacement une offre :
  - Distinguer caractéristiques et bénéfices.
  - Adapter le vocabulaire et limiter le jargon.
  - Utiliser analogies et métaphores pour faciliter la compréhension.

Exercice : l'apprenant analyse des exemples ; identifie les leviers ; choisit une méthode ; produit une première structure de contenu. Il reformule son offre en bénéfices ; adapte son vocabulaire ; intègre une analogie ou métaphore ; prépare les réponses aux objections.



5 : Rédiger des contenus digitaux performants avec le copywriting - temps estimé 2H30

- Produire un contenu à visée commerciale :
  - Définir le ton, l'angle rédactionnel et le pronom utilisé.
  - Rédiger des titres, accroches et objets percutants.
  - Rédiger à la voie active.
  - Utiliser des phrases courtes et un vocabulaire accessible.
  - Intégrer mots déclencheurs et verbes d'action.
  - Exploiter le champ lexical défini.
  - - Introduire le prix de manière adaptée.
- Finaliser le contenu ;
  - Favoriser la compréhension pour le lecteur.
  - Optimiser la lisibilité sur support numérique.
  - Corriger orthographe, grammaire, syntaxe et cohérence globale.

Exercice : l'apprenant rédige son contenu ; choisit son ton et son angle ; intègre les leviers ; relit, corrige et justifie ses choix

6 : Intégrer les principes de l'UX writing - temps estimé 2H

- Comprendre l'UX writing :
  - Définir l'UX writing et ses objectifs.
  - Différencier UX writing et copywriting.
- Rédiger des micro-textes utiles :
  - Rédiger titres secondaires, labels et messages d'aide.
  - Guider l'utilisateur dans son parcours.
  - Réduire les frictions à la lecture et à l'action.
- Renforcer la réassurance et la crédibilité :
  - Identifier les freins utilisateurs.
  - Intégrer preuves sociales et éléments de réassurance.
  - Structurer l'information pour fluidifier le parcours de lecture.

Exercice : l'apprenant cartographie le parcours ; rédige les micro-textes ; ajoute des preuves et réorganise l'information.

7 : Concevoir et intégrer des appels à l'action (CTA) performants - temps estimé 2H

- Définir les appels à l'action
  - Identifier l'action attendue du lecteur.
  - Choisir le type de CTA (texte, bouton, lien).
- Rédiger et positionner les CTA :
  - Rédiger des CTA clairs, concis et incitatifs.
  - Adapter la formulation à la cible et au support.
  - Positionner les CTA aux moments clés du parcours utilisateur.
- Suivre la performance des CTA :
  - Identifier des indicateurs de performance.
  - Analyser les résultats.

Exercice ; l'apprenant rédige et positionne ses CTA ; justifie ses choix ; définit le moyen de contact et l'indicateur à suivre

8 : Utiliser les outils numériques et l'Intelligence Artificielle (IA) pour améliorer la rédaction - temps estimé 2H

- Identifier les outils d'aide à la rédaction
  - Panorama des outils de structuration, reformulation et correction.
  - Identifier les cas d'usage pertinents.
- Utiliser l'IA générative de manière encadrée
  - Générer des propositions ou variantes rédactionnelles.
  - Améliorer clarté, structure et lisibilité d'un contenu.
  - Comprendre les limites et biais des outils d'IA.
- Adopter une posture critique
  - Analyser et retravailler les contenus générés.
  - Garantir la cohérence éditoriale et la qualité finale.

Exercice : Teste un ou plusieurs outils ; compare les propositions ; corrige, adapte et documente ses choix.



9 : Assurer la conformité légale, l'accessibilité et l'éthique du contenu - temps estimé 1H30

- Respecter le cadre légal :
  - Appliquer les règles du RGPD liées à la collecte de données.
  - Respecter la loi de la consommation.
  - Prévenir les risques liés au plagiat et au droit d'auteur.
- Intégrer l'accessibilité et l'inclusion :
  - Améliorer la lisibilité des contenus.
  - Intégrer les principes d'accessibilité numérique.
  - Produire des contenus responsables et éthiques.

Exercice : l'apprenant analyse son contenu ; vérifie les sources et autorisations ; identifie les données collectées ; applique les corrections d'accessibilité et de conformité.

10 : Tester et optimiser les contenus par l'A/B testing - temps estimé 1H30

- Comprendre l'A/B testing :
  - Définir le principe du test de variations.
  - Identifier les éléments testables d'un contenu.
- Mettre en œuvre un test de variation :
  - Définir un indicateur de performance (KPI).
  - Choisir une variation à tester (titre, CTA, structure, ton).
  - Définir une méthode de comparaison ou un échantillon.
- Analyser les résultats :
  - Interpréter les données obtenues.
  - Identifier la version la plus performante.
  - Définir des axes d'amélioration.

Exercice : l'apprenant crée deux variantes ; justifie la variation ; définit la méthode et le KPI ; analyse les résultats et choisit une version.

Moyens pédagogiques et techniques

- En présentiel : Accueil des participants dans une salle dédiée à la formation; Documents supports de formation projetés; Etudes de cas concrets; Quizz et activités collectives en salle; Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation
- En distanciel : Classes virtuelles via l'interface Digiforma ou Livestorm; Support de formation partagé; Activités d'entrainement en synchrone, Un support technique téléphonique sera mis en place pour les séances en distanciel.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles d'émargement
- Autoévaluation de niveau en début de formation et fin de formation
- Exercices d'entrainement tout au long de la formation
- Contrôle permanent des acquis par le formateur.
- Questionnaire de satisfaction à chaud et à froid
- Réussite à l'évaluation finale (test en ligne du certificateur) ou soutenance devant jury d'évaluation selon certificateur

ORGANISATION DE LA FORMATION.

Équipe pédagogique

Notre équipe pédagogique maîtrise l'ensemble des sujets proposés à la formation. Nous construisons nos programmes en identifiant les besoins en compétences des futurs apprenants et en collaboration avec nos experts métiers.
Axio Academy Impulseo repose sur une approche personnalisée pour chaque parcours professionnel. Axio Academy Impulseo accompagne le candidat dans la compréhension des attendus de certification et dans l'organisation du passage de l'évaluation, selon les modalités prévues par le certificateur et précisées sur la fiche EDOF.

La formation est animée par un formateur expert en rédaction persuasive, stratégie éditoriale et techniques de copywriting appliquées aux supports commerciaux, digitaux et publicitaires. Nous concevons des formations certifiantes qui non seulement répondent à vos besoins spécifiques, mais vous préparent aussi à exceller dans votre domaine.

POUR LES FORMATIONS ÉLIGIBLES AU CPF.

Détails sur la certification :

Titre de la certification : Rédiger des contenus digitaux performants avec le copywriting
Nom certificateur : La WAB
Code : RS 7590
Date d'enregistrement : 29-05-2026
Financements possibles : CPF, OPCO, Fonds propres, France Travail et Autres financements possibles (nous contacter).
Accompagnement Axio Academy Impulseo : information, préparation, inscription, convocation, calendrier, relance, suivi du passage.
Admission sans disposition particulière

Dans le cadre d'un financement par le Compte Personnel de Formation (CPF), le bénéficiaire est tenu de s'inscrire et de se présenter aux évaluations certificatives prévues à l'issue de la formation. Les frais de passage de la certification sont inclus dans le prix de la formation. L'organisme de formation accompagne le bénéficiaire dans les démarches d'inscription, lui communique les modalités et convocations nécessaires et lui garantit l'accès aux épreuves. En cas de non-présentation sans motif légitime, cette situation est tracée dans le dossier du bénéficiaire conformément aux règles applicables de Mon Compte Formation et peut avoir une incidence sur la validation de la certification.
Les modalités complètes de certification, les conditions de passage, les éventuelles dates prévisionnelles, le coût de certification et les informations de session sont précisés sur la fiche EDOF accessible avant validation de la commande.

Evaluation

L'évaluation prend la forme d'une soutenance individuelle, au cours de laquelle le candidat présente un cas pratique de rédaction de contenu à visée commerciale, à l'aide de techniques de copywriting. Ce cas peut être issu de son environnement professionnel ou fourni par l'organisme de formation. Le candidat restitue l'ensemble de son travail sur les huit compétences du référentiel, en s'appuyant sur un support visuel fourni par La Wab.
La présentation comprend :

- la description précise des cibles marketing
- la rédaction d'un contenu à visée commerciale utilisant au moins une technique de copywriting et diffusé sur un support digital
- l'intégration d'éléments d'UX writing
- l'intégration d'appels à l'action permettant la transformation commerciale
- la réalisation d'un test de variations de contenu (A/B testing)

L'ensemble du dossier répond aux objectifs et besoins stratégiques d'une TPE/PME. Toutes les compétences du présent référentiel doivent être acquises pour obtenir la certification.

Conditions de réalisation

Entre la préparation de la certification et l'évaluation, le candidat dispose de 2 semaines pour préparer sa soutenance. Ce temps de préparation préalable doit permettre au candidat de s'assurer d'avoir rempli tous les critères d'évaluation nécessaires à l'obtention de la certification. Le jour de l'évaluation, le candidat a à sa disposition, une connexion internet, un ordinateur, un vidéo-projecteur. La durée de sa soutenance est de 30 minutes. À la suite de cette présentation, des questions complémentaires sont posées au candidat pendant 10 minutes.