

# Comment écrire des Titres Percutants et Accrocheurs, sans tomber dans la surenchère.

## Déclencher un « Triple Oui »

- Oui à l'**image identitaire**
- Oui à **ce qu'ils veulent** (bénéfice)
- Oui à **ce qu'ils ne veulent pas** (ce qui les ferait fuir ou aggraverait le problème)

## Oui l'image identitaire

<b>Profession</b> Entrepreneur Propriétaire d'une petite entreprise Plombier Docteur Coach Enseignant, Formateur Artistes indépendants Auteur Avocat	<b>Age</b> Plus de 40 ans Moins de 35 ans
<b>Nationalité</b> Européen Américain Asiatique	<b>Statut familial</b> Mère Grand-mère Célibataire Marié Divorcé Père Fille
<b>Possessions</b> Propriétaire (d'une maison) Locataire Propriétaire de chiots Propriétaire d'un MAC	<b>Genre</b> Homme Femme
<b>Religion</b> Juif Musulman Catholique Athéiste Bouddhiste	<b>Passion / Hobby</b> Yogi Golfeur Home Studioïstes
	<b>Combinaisons :</b> Femmes mariées / divorcées Pères de moins de 35 ans

## La Polarisation

- La polarisation, c'est prendre position et choisir clairement son camp. Se différencier.
- Définir qui on n'est pas, en quoi notre solution se dégage des autres.
- Définir ce que l'on ne veut pas, **désapprouver ce que l'on rejette**.
- Désigner l'ennemi, ce qui aggraverait le problème.
- Se positionner par rapports aux mots ou labels qui peuvent créer des aprioris

Mis en garde : il s'agit d'une méthode puissante, qui peut dériver vers la démagogie si elle n'est pas utilisée avec justesse.

Exemple de sujets de polarisation :

- La surenchère dans le web marketing
- Les médicaments chimiques
- Les pesticides
- La mondialisation
- Music business : les maisons de disques traditionnelles

# Canevas pour écrire vos titres

## 1. Titre « Comment... Sans... »

**[A qui] : Comment [ce qu'ils veulent]... sans [ce qu'ils détestent]**

- **A qui cela s'adresse-t-il spécifiquement** : « image identitaire »
- **Ce qu'ils veulent** : bénéfice principal, ce qu'offre l'opportunité
- **Ce qu'ils ne veulent pas** : ce qui les ferait fuir ou aggraverait le problème

### Exemple production musicale :

A qui (image identitaire) :

- Musiciens en Home Studio, compositeurs

Ce qu'ils veulent :

- Enregistrer leurs compositions musicales rapidement
- Se faire plaisir (émotion)
- Exprimer, débloquer leur créativité

Ce qu'ils ne veulent surtout pas :

- Se prendre la tête avec le matériel et les configurations
- Devoir lire les manuels
- Acheter du matériel cher

**Musiciens : découvrez comment vous enregistrer en Home Studio et vous faire plaisir rapidement, sans vous prendre la tête avec les configurations et les manuels...**

### Exemple minceur :

A qui (image identitaire) :

- Les mères de plus de 40 ans

Ce qu'ils veulent :

- Mincir
- Retrouver leur poids naturel ou normal

Ce qu'ils ne veulent surtout pas :

- Devoir se priver, se sous-alimenter
- Méthode complexe et contraignante : devoir compter les calories, peser les aliments

**Mères de plus de 40 ans : cette nouvelle méthode permet de retrouver votre poids de forme, sans peser les aliments ni compter les calories.**

**Exemple : « Comment créer des visuels percutants pour vous démarquer et exprimer votre identité... même pour les nuls en graphisme ! »**

## 2. Titre « Comment [nouvelle idée/opportunité] Pour [bénéfice] »

Exemples :

- « **Comment** fractionner votre offre **pour** générer plus de chiffre d'affaire ? »
- « **Maîtrisez** vos chiffres **pour** mesurer votre succès ! »
- « Vous aimez chanter ? Découvrez une nouvelle approche **pour** vaincre les blocages qui vous empêchent de vous exprimer librement **et ainsi** chanter juste et vous faire plaisir. »
- « Guitaristes : **Comment** travailler vos plans de guitare **pour** améliorer la propreté et la mise en place de votre jeu de guitare. »



Combinaison « Comment... Pour... sans... »

- **Comment** déterminer correctement votre offre internet **pour** qu'elle ait toutes les chances de succès... **et ainsi** éviter de faire un Flop !



## Exemple marketing :

A qui (image identitaire) :

- Auteurs, enseignants, formateurs, indépendants

Ce qu'ils veulent :

- Vendre leurs produits en ligne
- Augmenter leur mailing liste

Ce qu'ils ne veulent surtout pas :

- N'osent pas se vendre
- Détestent les méthodes de marketing de « marchands de tapis », agressives, ou à surenchère

**Comment écrire des titres percutants pour attirer plus de clients ciblés ...même si vous n'osez pas vous vendre ou détestez la surenchère !**

### 3. Une histoire personnelle « Comment... pour... »

- « Comment créer un Programme par Abonnement m'a permis de stabiliser mes revenus mensuels... »
- « Comment j'ai lancé mon activité sur internet et généré 800€ dès le 1er mois, grâce à la Technique des Mini-Lancements »



## Comment j'ai lancé mon activité sur internet et généré 800€ dès le 1er mois, grâce à la Technique des Mini-Lancements



Comment vous lancer rapidement grâce à la Technique des **MINI-LANCEMENTS**

Vous connaissez sans doute les Méga Lancements tels qu'on les voit dans le webmarketing : vidéos léchées avec fond vert et téléprompteur, avalanche d'emails avec une armée d'affiliés... Bref le grand tra-la-la, chacun y va de la surenchère pour se hisser au-dessus des autres !

### 4. Les erreurs à ne pas faire

- « 5 Erreurs courantes qui plombent vos Publicités Facebook ! »

## 5 Erreurs qui Plombent vos Publicités Facebook !



Avec 20 millions d'utilisateurs quotidiens en France, on peut se dire que quelques-uns pourraient bien devenir vos clients aujourd'hui, non ? Oui, Facebook a un tel flux de trafic qu'en rediriger quelques-uns sur votre site web pourrait bien aider à vous faire connaître... Mais comment ne pas y perdre votre chemise ?

Tout d'abord, voici 5 erreurs très courantes à surtout ne pas faire (je vous rassure je suis tombé dans le panneau moi-aussi)...

## 5. A qui / Problème / Opportunité / Bénéfice

- **Qui** : musiciens
- **Frustration** : des sifflements dans les oreilles
- **Opportunité** : une nouvelle méthode naturelle
- **Promesse de résultats, bénéfice** : retrouver votre audition, sans subir d'effets secondaires.

(qui) **Musiciens**, (problème) **des sifflements dans vos oreilles ? Vous êtes sans doute victime d'acouphènes. Découvrez comment** (opportunité) **cette méthode nouvelle naturelle permet de** (bénéfices) **retrouver pleinement votre précieuse audition, sans subir les effets secondaires des ototoxiques et autres médicaments.**

(qui) **Si votre timidité vous fait** (problème) **perdre vos moyens lors des moments les plus importants de votre vie (interview d'embauche, rencontres, prise de parole en public, etc), découvrez comment** (opportunité) **les dernières recherches en neurologie peuvent vous permettre de** (bénéfices) **reprendre confiance en vous, une bonne fois pour toutes, et être capable d'oser dire « Non », prendre la parole en public, et enfin vaincre votre nervosité.**

## 6. Les 3 Erreurs...

- **Qui** : formateurs indépendants
- **Symptômes** : hantise du manque de trafic et de nouveaux clients

« **Les 3 raisons principales pour lesquelles \_\_\_\_\_ [Cible] ont du mal à [émotion]**  
\_\_\_\_\_ [symptôme] »

« **Pourquoi la majorité des \_\_\_\_\_ [Cible] se sentent / ont du mal à [émotion]**  
\_\_\_\_\_ [symptôme] »

**Les 3 raisons principales pour lesquelles la grande majorité des** (qui) **enseignants et formateurs indépendants ont du mal à avoir** (symptômes) **plus de trafic vers leur site web et acquérir de nouveaux clients.**

**Pourquoi la majorité des** (qui) **formateurs indépendants sont** (symptômes) **surmenés et sujets à une trésorerie imprévisible.**

(qui) **Formateurs indépendants : comment arrêter d'être** (symptômes) **surmené et sujet à une trésorerie imprévisibles ?**