

COMMENT UTILISER LE COPYWRITING ET LE STORYTELLING SUR INSTAGRAM?



*Pour écrire des posts qui captent
l'attention, suscitent l'émotion et donnent
envie d'agir.*

PULLI ESMERALDA



Introduction

Pourquoi apprendre à écrire pour Instagram peut changer ton business
On croit souvent qu'Instagram est une plateforme visuelle. Que ce qui compte, ce sont les jolies photos, les filtres harmonieux, et les publications régulières. On pense qu'il faut danser, faire des Reels dynamiques, avoir un feed parfait et surtout, accumuler des abonnés.

Mais la vérité est ailleurs.

Ce qui fait réellement la différence sur Instagram, ce sont les mots.

Les mots que tu choisis.

Les mots que tu écris sous tes publications.

Ceux que tu utilises pour te présenter, pour raconter ton histoire, pour vendre ce que tu proposes.

Les mots, c'est ce qui permet à une personne de s'arrêter sur ton post.

C'est ce qui crée le lien.

C'est ce qui déclenche la confiance.

Et c'est ce qui donne envie d'acheter chez toi plutôt que chez une autre.

Apprendre à écrire, c'est apprendre à communiquer avec impact. Et quand tu sais faire ça, tu n'as plus besoin de courir après les abonnés ou de t'épuiser à publier tous les jours.

À propos de l'autrice



Je m'appelle Esmeralda, je suis maman, entrepreneuse, créatrice de contenu, fondatrice de Pose ta com et étudiante en communication.

J'ai commencé comme beaucoup : avec un compte Instagram, des idées plein la tête, mais sans trop savoir comment écrire des posts qui accrochent, qui engagent... et qui vendent (sans vendre mon âme, ni mon énergie de maman).

Au fil des années, j'ai appris à utiliser les bons mots — ceux qui touchent, connectent et convertissent.

Pas en suivant des formules magiques, mais en écoutant, en testant, en observant ce qui résonne chez moi et chez les femmes qui réussissent.

Aujourd'hui, je partage ces compétences avec toi qui veut créer du contenu puissant sur Instagram, même sans 10k abonnés ni designer pro.

Je crois profondément qu'on peut bâtir un empire avec des mots simples, sincères, bien placés.

Ce ebook est né de cette envie : t'aider à écrire des posts qui ressemblent à ton univers, tout en servant tes objectifs.

Et si tu lis ces lignes : bienvenue dans l'aventure ✨

Tu veux me suivre ou me parler et avoir access aux contenus offertes?

→ @posetacom sur Instagram

→ posetacom.lu/freebie (Le guide ultime offert pour les mamans entrepreneuses qui veulent enfin se lancer sur le digital avec des bases solides.)

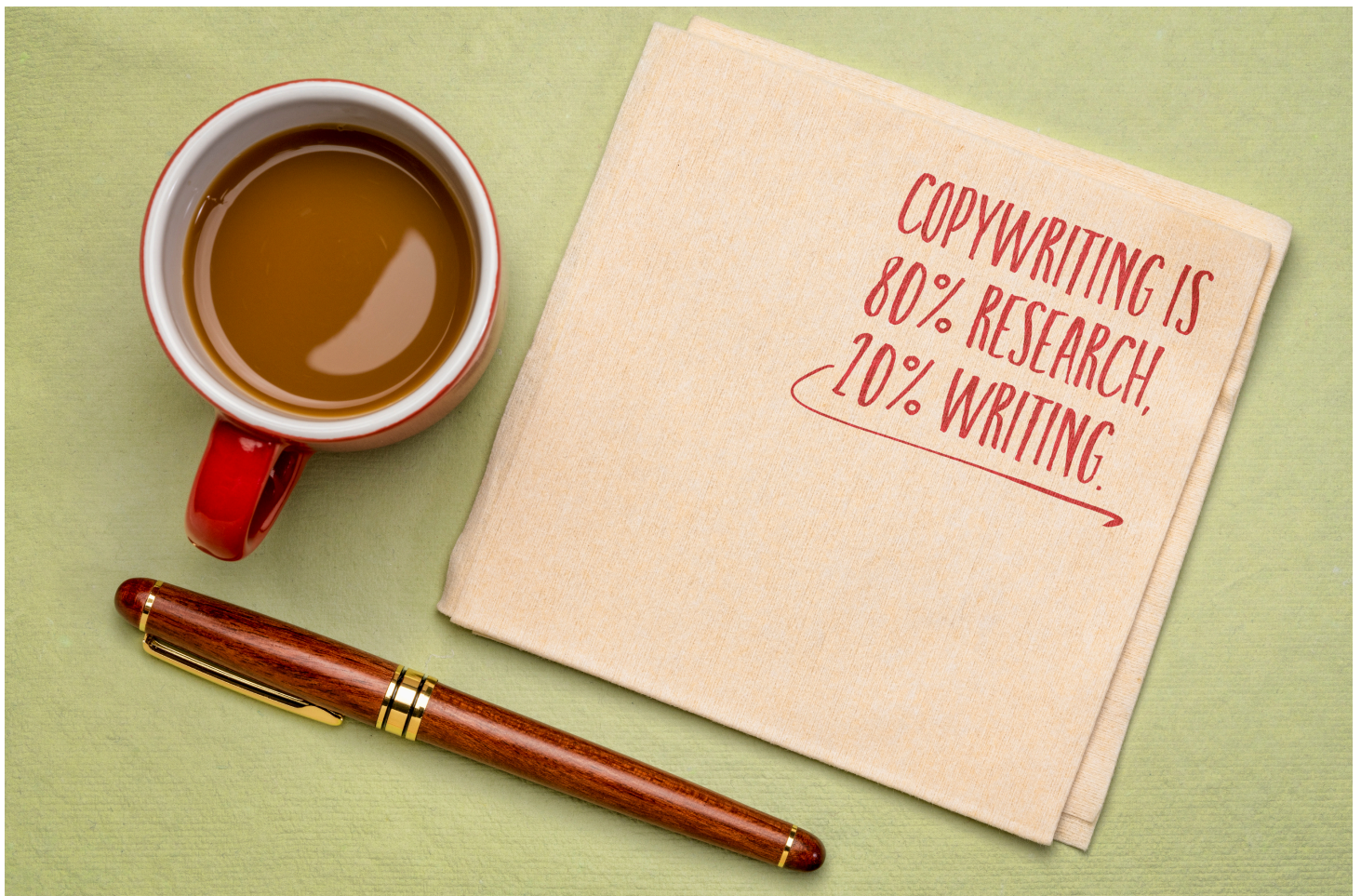
Le copywriting et le storytelling: deux outils simples mais puissants

Le copywriting, ce n'est pas un mot compliqué réservé aux agences de pub. C'est simplement l'art d'écrire pour faire passer un message clair, engageant et orienté vers l'action.

Le storytelling, lui, permet de raconter ce que tu vis, ce que tu observes, ce que tu ressens, de manière à créer une connexion sincère avec ta communauté.

Quand tu combines les deux, tu peux :

- Attirer l'attention dans un flux constant de contenus,
- Faire passer tes idées de manière fluide,
- Inspirer confiance sans forcer,
- Et vendre de façon naturelle, authentique, respectueuse.



Écrire n'est pas un talent inné. C'est une compétence.

Si tu crois que tu n'es pas "faite pour ça", que tu n'as pas les bons mots ou que tu n'es "pas légitime", sache une chose : tu n'es pas la seule. Beaucoup de femmes hésitent à écrire, à publier, à vendre... simplement parce qu'elles pensent ne pas avoir ce qu'il faut.

Mais écrire, ce n'est pas un don. C'est une compétence que l'on apprend. Comme on apprend à cuisiner, à s'organiser ou à parler une langue étrangère. Tu n'as pas besoin d'être parfaite, ni même de tout savoir. Tu as juste besoin d'avoir envie de t'exprimer et de parler à la bonne personne, avec tes mots à toi.



Tu n'as pas besoin de 10 000 abonnés. Tu as besoin de savoir à qui tu t'adresses.

Ce n'est pas le nombre d'abonnés qui fait la force d'un compte Instagram. C'est la qualité de la relation que tu crées avec ceux qui te lisent.

Tu peux avoir 300 abonnés et vendre. Si ces 300 personnes se sentent concernées par ton message, si elles te font confiance, si elles se reconnaissent dans ce que tu dis, alors tu peux déjà créer de l'impact.

Ce que tu vas découvrir dans cet ebook, ce ne sont pas des hacks ni des méthodes magiques. Ce sont des outils concrets, des exemples clairs, des exercices pratiques et des méthodes simples pour écrire des posts qui captent, connectent et convertissent.

Ce que tu trouveras ici

Ce que tu trouveras ici

Des explications accessibles, même si tu n'as jamais entendu parler de copywriting.

Des structures pour t'aider à organiser tes idées sans partir dans tous les sens.

Des exemples concrets que tu pourras adapter à ton univers.

Des exercices pour te faire passer à l'action.

Des astuces pour écrire avec plus de fluidité, plus de confiance, et surtout : avec ta voix.

Tu n'écris pas pour être parfaite.

Tu écris pour être comprise.

Et pour ça, tu n'as pas besoin d'avoir des talents de rédactrice.

Tu as juste besoin d'un peu de méthode... et d'un bon point de départ.

Ce point de départ, il est là.

Alors, commençons.

Contenus

Chapitre 1: Attirer l'attention dès la première ligne

On décortique l'art de l'accroche pour que tes posts ne passent plus jamais inaperçus.

07

Chapitre 2: Écrire avec émotion, pour toucher vraiment

Tu vas découvrir comment provoquer des réactions sincères grâce aux bons mots

15

Chapitre 3: Raconter une histoire qui reste en tête

Le storytelling appliqué à Instagram, simple, puissant, authentique.

30

Chapitre 4: Structurer un post qui fait vendre sans forcer

Des modèles concrets pour organiser tes idées et donner envie d'acheter.

37

Chapitre 5: Guider avec des appels à l'action clairs

Parce qu'un bon post sans CTA, c'est comme une vitrine sans porte d'entrée.

51

Chapitre 6 : Émotions, authenticité et ton de voix

Apprends à écrire comme tu parles, à assumer ta personnalité et à créer une vraie connexion grâce à un ton qui te ressemble.

58

Bonus

66



01

SANS ATTENTION, TON MESSAGE DISPARAÎT

Tu peux avoir une idée brillante. Tu peux passer des heures à écrire un post, y mettre du cœur, de l'authenticité, de la valeur. Mais si personne ne lit les premières lignes... tout tombe à l'eau.

Instagram est une plateforme rapide, visuelle, bruyante. Chaque jour, des dizaines de contenus défilent sous les yeux de ton audience. Et dans ce flot constant, la première chose que ton cerveau capte, ce n'est pas la beauté du visuel ni la pertinence du sujet. C'est cette toute première phrase, ces quelques mots qui vont décider si, oui ou non, on va cliquer sur "voir plus".

C'est là qu'intervient l'accroche. Et dans ce chapitre, tu vas comprendre pourquoi elle est essentielle, comment l'améliorer, et surtout comment en créer facilement, même si tu n'as jamais su "quoi dire pour commencer un post".



Qu'est-ce qu'une accroche exactement ?

C'est la toute première ligne de ton post, celle qui apparaît dans le fil Instagram avant même que quelqu'un ne clique pour lire la suite. Elle doit fonctionner comme un crochet : attraper l'attention, éveiller la curiosité ou créer une réaction émotionnelle.

Sur Instagram, une bonne accroche peut transformer un simple scroll en lecture attentive.

C'est elle qui dit : "Attends. Ne pars pas encore. Ce que je vais te dire peut t'aider."

Pourquoi elle est essentielle ?

Parce qu'aujourd'hui, tu n'as que 2 à 3 secondes pour convaincre quelqu'un de rester sur ton contenu.

Pas parce que les gens sont "fainéants", mais parce qu'ils sont déjà saturés.

Ils ne lisent pas tout ce qu'ils voient. Ils scannent. Ils trient.

Et l'accroche, c'est ce petit moment décisif où leur cerveau choisit :

"Je passe à autre chose"

"Ok, j'ai envie d'en savoir plus."

C'est donc une micro-zone stratégique dans ta communication.

Si tu la négliges, tu risques de perdre tout l'impact de ton message, aussi puissant soit-il.



Les erreurs fréquentes à éviter

Beaucoup de créatrices de contenu débutantes (et même expérimentées) tombent dans des pièges classiques :

Commencer de façon trop banale, comme :

“Hello tout le monde !” ou “Aujourd’hui, j’avais envie de vous parler de...”

→ Ces phrases ne créent ni tension, ni intérêt. Elles sont trop neutres pour retenir l’attention.

Trop parler de soi dès la première ligne, sans créer de lien avec la lectrice :

“Hier j’ai réfléchi à un truc...”

→ Pourquoi elle lirait ça ? Qu’est-ce qu’elle va y gagner ?

Des accroches trop longues ou confuses :

L’accroche doit être brève, tranchante, fluide. Pas une phrase de quatre lignes où on ne comprend pas l’intention.

Ne pas parler à un vrai besoin, à une émotion ou à un problème :

Si ton accroche est floue, elle ne réveille rien chez la lectrice.

Ce n’est pas grave de faire ces erreurs. Tu es là pour apprendre. Et chaque erreur est une occasion de comprendre ce qui fonctionne mieux.



20 exemples d'accroches qui captent

Voici quelques phrases d'intro qui fonctionnent très bien, parce qu'elles créent de la curiosité ou une émotion :

Accroches émotionnelles

- Je ne pensais pas que ça m'arriverait un jour. Et pourtant...
- J'ai vécu ça. Et voici ce que j'ai compris.
- Ce jour-là, tout a changé.
- Ce que tu ressens, je l'ai ressenti aussi. Voilà ce qui m'a aidée.
- Je te partage une vérité que j'ai longtemps cachée.

Accroches inspirantes (bienveillance & mindset)

- Tu n'as pas besoin d'être parfaite pour commencer.
- Tu mérites de réussir, même si tu as des doutes.
- Rappelle-toi : avancer lentement, c'est avancer quand même.
- Et si tu arrêtais de te comparer aux autres ?
- Ton histoire a de la valeur. Même si tu ne la vois pas encore.

Accroches éducatives (experte)

- Tu fais peut-être cette erreur sans le savoir.
- 3 choses que j'aurais aimé savoir plus tôt.
- Voici ce que personne ne t'explique sur [thème de la niche].
- Tu veux [objectif] ? Commence par ça.
- Arrête de faire [action] si tu veux vraiment [résultat].

Accroches qui éveillent la curiosité

- Ce que j'ai fait en 10 minutes et qui a tout changé.
- Je n'étais pas prête à ce qui allait se passer ensuite.
- Ce post va t'étonner. Mais il est pour toi.
- Tu vas peut-être te reconnaître dans ce que je vais dire.
- J'ai testé cette chose bizarre pendant 7 jours. Voici le résultat.

Ces accroches ne sont pas parfaites. Mais elles ont un point commun : elles parlent à un vrai besoin ou à une émotion que ta cible ressent.

Et surtout, elles donnent envie de lire la suite. C'est tout ce qu'on leur demande.



Méthode étape par étape pour écrire une bonne accroche

Voici une méthode en 3 étapes pour t'aider à écrire des accroches plus percutantes :

1. Commence par le problème ou l'émotion que vit ta cible

Avant même d'écrire, pose-toi cette question :

Qu'est-ce qu'elle vit en ce moment ? Qu'est-ce qui la bloque ? Qu'est-ce qu'elle ressent ?

Exemple : elle se sent invisible, elle doute, elle n'ose pas vendre, elle a peur d'être jugée.

2. Crée un effet d'accroche émotionnelle ou de curiosité

Tu peux le faire en :

Posant une question directe : Tu te sens illégitime quand tu écris un post ?

Brisant une idée reçue : On t'a dit qu'il fallait poster tous les jours ? C'est faux.

Annonçant une transformation : J'ai vendu 10 ebooks sans pub. Voilà comment.

Ce moment doit être clair, un peu dérangentant ou étonnant. C'est ce qui retient.

3. Garde ta phrase courte, précise et fluide

Lis-la à voix haute.

Si tu peux la comprendre en une seule respiration, c'est bon signe.

Si tu dois la relire trois fois, raccourcis-la.

Exercice pratique

Voici un petit exercice à faire dès maintenant. Prends ton carnet ou si c'est possible, tu peux écrire dans la partie en bas de cette page.

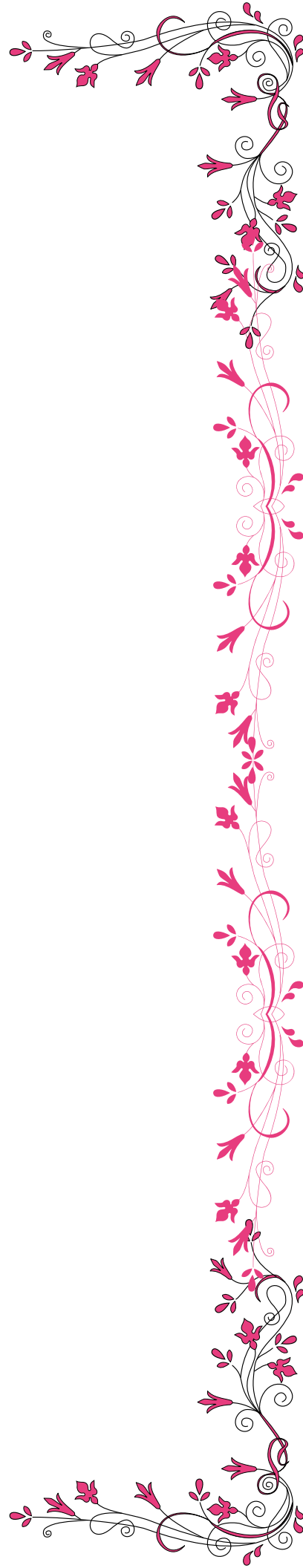
Choisis un des sujets suivants, puis écris trois accroches différentes pour un post :

1. Se lancer sur Instagram sans se comparer
2. Vendre un ebook avec moins de 1 000 abonnés
3. Être maman et se sentir légitime pour vendre en ligne

L'objectif n'est pas d'écrire "la meilleure" accroche, mais de t'entraîner à tester des formulations.

Une bonne accroche se construit à force de pratique. Et ce que tu écris aujourd'hui, tu pourras le retravailler demain.





Ce qu'il faut retenir

- L'accroche est l'élément le plus important d'un post.
- C'est elle qui décide si ton message sera lu ou ignoré.
- Une bonne accroche est brève, claire et orientée vers un problème ou une émotion forte.
- Elle se construit comme un mini "crochet" : tu attrapes l'attention pour ensuite guider vers la suite.
- La meilleure façon de progresser, c'est d'écrire, encore et encore.

Tu n'as pas besoin d'écrire parfaitement. Tu as besoin d'écrire pour la bonne personne.

Et cette personne, elle t'attend. Elle a besoin de lire ce que tu as à dire.

Mais pour qu'elle le lise... il faut d'abord qu'elle s'arrête.



02

ÉCRIRE AVEC ÉMOTION, POUR TOUCHER VRAIMENT



Tu as peut-être déjà publié un post “parfait”, bien structuré, bien écrit, mais... zéro réaction.

Tu t'es dit : “Mais pourquoi ça ne marche pas ?”
La réponse tient en un mot : l'émotion.

Parce qu'en vérité, les gens n'achètent pas une offre.
Ils achètent ce qu'ils ressentent quand ils lisent ton message.

Et c'est là que le copywriting émotionnel entre en scène.

*Les gens achètent avec leurs émotions et
justifient leur achat avec la logique.
C'est-à-dire que ce n'est pas la logique qui
pousse à l'achat, c'est l'émotion. La logique
vient après, pour se rassurer.*

Pourquoi c'est important

Un contenu logique peut informer.
Mais un contenu émotionnel va marquer, créer du lien...
et souvent vendre.

Tu peux expliquer mille fois à ta cible comment faire
quelque chose.

Mais tant qu'elle ne se sent pas comprise, entendue,
vue, elle ne sera pas prête à passer à l'action (ni à
acheter).

C'est pour ça que les meilleurs contenus sont ceux où la
lectrice se dit : "On dirait qu'elle parle de moi..."

Et ça, ce n'est pas de la magie. C'est de l'écriture
émotionnelle.

On a souvent peur de "trop en faire" ou de paraître "trop
vulnérable".

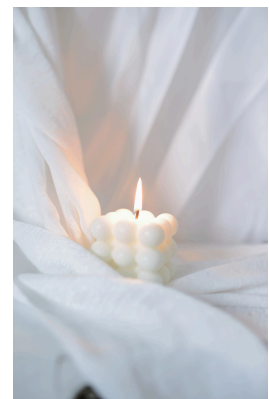
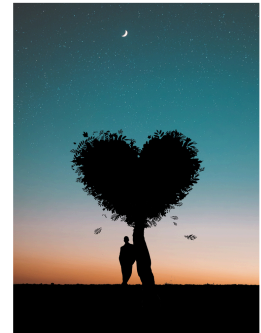
Mais en vérité :

Les décisions humaines ne sont pas rationnelles.
Elles sont émotionnelles, puis justifiées après coup.

C'est pour ça que cette citation est fondamentale dans
le copywriting.

"Les gens achètent avec leurs émotions, puis justifient
leur choix avec la logique."

Sur Instagram, c'est encore plus vrai. Les gens scrollent
à l'instinct. Ce qui arrête leur doigt, c'est une émotion.



Les 10 émotions qui donnent vie à ton contenu

Tu n'es pas une machine à vendre. Tu es une humaine qui écrit pour d'autres humaines. Et ce que les mots doivent transmettre avant tout... c'est une émotion.

Une publication peut être belle, bien rédigée, utile, avec la bonne structure... mais si elle ne fait rien ressentir, elle glisse dans le vide.

Et le vide, Instagram en est déjà plein.

Pour que ton message s'ancre, qu'il touche, qu'il marque — tu dois activer une émotion à la fois. Pas besoin d'en faire des tonnes. Juste choisir la bonne pour la bonne histoire, et la laisser respirer à travers tes mots.

Voici 5 émotions puissantes que tu peux utiliser dans tes posts, et qui, si elles sont bien dosées, transforment ton contenu en une vraie expérience pour ta lectrice.



La frustration

C'est l'émotion du "J'en ai marre".

Elle jaillit quand ta cliente en a assez de faire des efforts sans résultat. Elle poste, elle essaie, elle suit des conseils... mais rien ne bouge.

Et si ton post commençait par cette sensation familière ?

Tu postes. Tu regardes. Rien. Deux likes, un commentaire robot, et le silence.

Ce type d'ouverture montre que tu comprends ce qu'elle vit. Tu ne lui balances pas des conseils d'en haut — tu rejoins son ras-le-bol, tu mets des mots sur ce qu'elle n'arrive peut-être pas à formuler.

La frustration, c'est ce moment où elle se dit :

"Je veux que ça change. Maintenant."

Et c'est là que ton message devient précieux.

Le soulagement

Quand tu racontes ce moment où, après avoir galéré, tu as trouvé une solution qui a vraiment aidé.

Tu n'es plus en train de "vendre" une méthode.

Tu offres une respiration.

"Je n'en pouvais plus d'écrire des posts qui ne disaient rien de moi. Alors j'ai changé une chose. Une seule. Et là, j'ai senti que quelque chose se passait."

Ce type d'émotion crée de la confiance. Tu ne montres pas que tu es parfaite.

Tu montres que tu es passée par là. Et que tu as trouvé une lumière dans le tunnel.

Quand tu offres du soulagement, tu offres de l'espace. Et c'est ça qui fait du bien.

L'identification

C'est l'émotion du "Moi aussi."

Quand tu racontes une anecdote, un détail de ton quotidien, une pensée qui t'a traversée dans la douche ou en mettant ton enfant au lit... ta lectrice peut se reconnaître. Et là, elle s'arrête.

"Je venais de passer 2h sur un post. Il était joli, il sonnait bien. Mais je n'osais pas cliquer sur 'publier'. J'avais peur de déranger. D'être ridicule."

Tu ne parles pas pour "enseigner", mais pour partager.
Et dans cette sincérité, tu tends une main.

Tu ne guides pas de loin. Tu marches à côté d'elle.

L'envie de changement

Tu sais ce moment où tout en elle dit : "Je ne veux plus cette vie-là..." mais elle ne sait pas encore comment faire ?
Ce moment précis, c'est une pépite.

Parce que si tu lui parles à ce moment-là, tu deviens l'étincelle.

"Tu sens que quelque chose doit bouger. Que cette routine, cette façon de faire, cette manière de t'oublier, ça ne peut plus durer. Et même si tu ne sais pas encore comment... tu sais que c'est maintenant."

Dans ce genre de message, tu réveilles une énergie enfouie. Tu ne donnes pas des solutions techniques. Tu donnes de la permission. Tu lui dis : "Tu peux vouloir autre chose."

Et ça... ça change tout.

La fierté / reconnaissance

C'est une émotion qu'on oublie souvent.

On est là pour donner, corriger, conseiller... mais parfois, ce dont ta lectrice a le plus besoin, c'est juste qu'on lui dise : "Tu fais déjà beaucoup. Et tu mérites d'être vue."

"Tu doutes encore de toi. Mais regarde un instant tout ce que tu as traversé. Tout ce que tu continues de construire. Ça mérite d'être reconnu. Par toi d'abord."

Ce type de post, c'est comme une accolade. Il ne pousse pas à agir, il pousse à s'ancrer. Et c'est une émotion très puissante, surtout dans des périodes de doute.

La culpabilité

Eh oui, cette émotion est puissante.

Pas pour manipuler, jamais.

Mais pour réveiller une prise de conscience douce.

Beaucoup de femmes ressentent cette culpabilité sourde quand elles ne "font pas assez", ne postent pas, ne sont pas régulières, n'ont pas encore lancé leur offre.

Et parfois, tu peux mettre des mots là-dessus :

"Tu as mille idées en tête, mais chaque fois que tu t'installes devant ton ordi, tu penses à tout ce que tu n'as pas fait. Et tu te juges. Tu crois que tu n'es pas sérieuse. Pas légitime. Pas prête."

Par ce type de contenu, tu ne culpabilises pas : tu déculpabilises.

Tu ouvres un espace de pardon. Et tu permets à ta lectrice de respirer.

La colère / le ras-le-bol

C'est une émotion à manier avec sincérité.

Elle fonctionne très bien quand tu veux dénoncer quelque chose, briser une idée reçue, secouer ta communauté — mais toujours avec bienveillance.

“On t'a dit que tu devais poster tous les jours. Qu'un seul format fonctionnait. Qu'il fallait avoir une niche pour exister. C'est faux. Et je vais te dire pourquoi.”

Ce genre de post peut diviser. Mais il peut aussi créer de vrais déclics. Et surtout : il montre que tu as des convictions.

La colère bien canalisée peut être un moteur d'impact.

La vulnérabilité

Tu as le droit de ne pas tout savoir.

De ne pas tout réussir.

Et le dire, c'est aussi inspirer.

Tu n'as pas besoin de montrer uniquement le résultat.

Tu peux partager aussi le processus, les galères, les doutes — en toute transparence.

“J'écris ce post avec un nœud dans le ventre. Parce qu'en vrai, moi aussi j'ai peur de ne pas être à la hauteur.”

C'est dans ce genre de mots que naît la vraie connexion.

Quand tu ne fais plus semblant, quand tu oses être humaine, tu autorises l'autre à faire pareil.

Et là... tu gagnes sa confiance. Vraiment.

La curiosité

C'est une émotion douce mais très efficace.
Elle ne dit pas "ressens-moi" mais plutôt "je t'intrigue".

Tu la déclenches en posant une question bizarre, en lançant une phrase mystérieuse, ou en racontant une situation inattendue.

"Ce que j'ai découvert un soir à 23h, seule sur mon canapé, a tout changé dans ma façon de créer."

Tu n'as même pas encore expliqué le sujet... et pourtant, elle est déjà là.
Parce que la curiosité, c'est ce qui fait scroller vers le bas.

La gratitude

On l'oublie souvent, et pourtant : remercier, reconnaître, célébrer, c'est un acte puissant.

Tu peux écrire un post où tu remercies ta communauté, une cliente, ton toi du passé...
Et à travers cette gratitude, tu montres des valeurs, de la maturité, une énergie contagieuse.

"Merci à toi qui lis ceci. Parce que sans le savoir, tu me donnes la force de continuer à écrire. Même quand je doute."

La gratitude connecte. Et dans un monde de performance, elle offre une pause lumineuse.

Tu as désormais 10 émotions puissantes à ta disposition pour enrichir tes posts.

Tu n'as pas à les utiliser toutes à la fois.

Mais choisis à chaque post :

“Qu'est-ce que je veux qu'elle ressente ?”

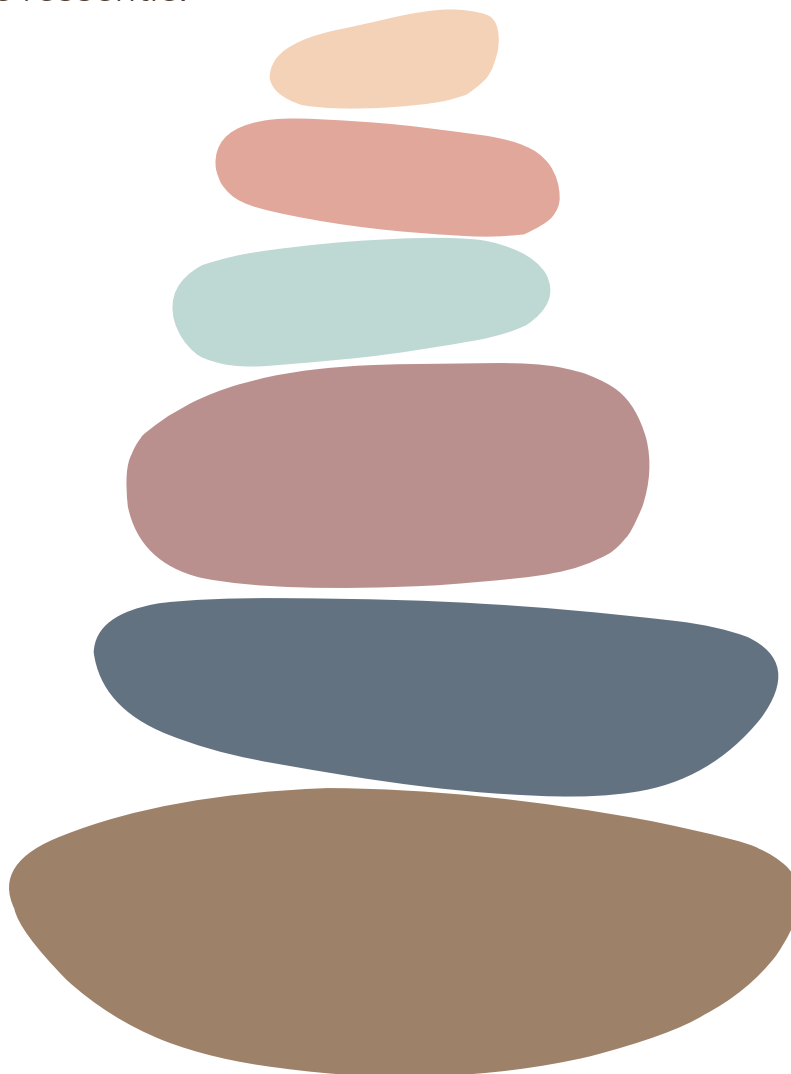
Et laisse cette émotion guider ton message.

Les émotions, ce sont les couleurs de ta voix.

Elles donnent à tes mots une forme, une chaleur, une profondeur.

Et quand tu les maîtrises, tu n'écris plus seulement pour “être vue”...

Tu écris pour être ressentie.



Exemple concrets

Exemple 1 — Informel et plat :

“Voici 3 conseils pour améliorer ton organisation.”

➔ C'est clair, c'est direct... mais ça ne dit rien sur la personne qui écrit.
Aucune émotion, aucune image mentale.
C'est un post utilitaire, mais pas humain. Résultat ?
Scrollé sans état d'âme.



Exemple 2 — Émotionnel et humain (version longue & fluide) :

Il est 15h.

Tu regardes ta to-do list, et t'as l'impression que rien n'avance.

Pourtant, t'as coché des cases, t'as fait les trucs urgents, t'as même sauté le déjeuner...

Mais cette petite voix revient encore :

“T'es en retard. T'as pas fait assez. T'aurais pu mieux t'organiser.”

Moi aussi je l'entends, cette voix.

Je l'ai entendue trop longtemps.

Jusqu'au jour où j'ai compris que le problème, ce n'était pas moi.

C'était ce modèle d'organisation qu'on essaie de nous vendre : carré, productif, sans faille.

Mais moi, ma réalité c'est : deux enfants qui veulent des câlins, le ménage qui m'attends, des idées qui arrivent au moment du coucher.

J'ai donc créé ma façon à moi de m'organiser : douce, flexible, réaliste.

Et tu sais quoi ?

Ça m'a changé la vie.

Pas parce que je coche plus de cases...

Mais parce que je me juge moins.

Dans ce post, je te partage 3 choses concrètes qui m'ont permis de reprendre le contrôle — sans devenir une machine.

➡ Ici, on est dans du vécu, du ressenti, du vrai.

Ce n'est pas “3 conseils” : c'est une invitation à se reconnaître, à s'apaiser, à s'inspirer.

Et là, ta lectrice reste, s'identifie... et écoute.

Méthode étape par étape : La méthode E.R.A.

Émotion – Réalité – Action

Étape 1 : Émotion

Identifie une émotion forte que ta cible vit : ras-le-bol, peur de se lancer, honte de ne pas être régulière, fierté d'avoir tenu bon.

Étape 2 : Réalité

Décris une situation précise qu'elle a probablement vécue. Plus c'est concret, plus ça touche.

Ex. : *Tu te lèves tôt, tu ouvres ton ordi... et ton enfant te renverse son bol de céréales dessus.*

“Tu postes un truc sincère, et il ne se passe rien.

Étape 3 : Action

Propose une solution simple, bienveillante, réaliste.

Montre que tu as un message utile sans donner de leçon.

“Voici 3 choses que tu peux essayer aujourd’hui. Pas demain. Pas quand tu auras le temps. Aujourd’hui.”

Exercice pratique

Prends un thème que tu veux aborder (ex. : charge mentale, vente, maternité, confiance, visibilité).

Quelle émotion vis-tu ou a vécu ta cliente dans ce contexte ?

Quelle scène réelle peut l'illustrer ? (mets-toi à sa place !)

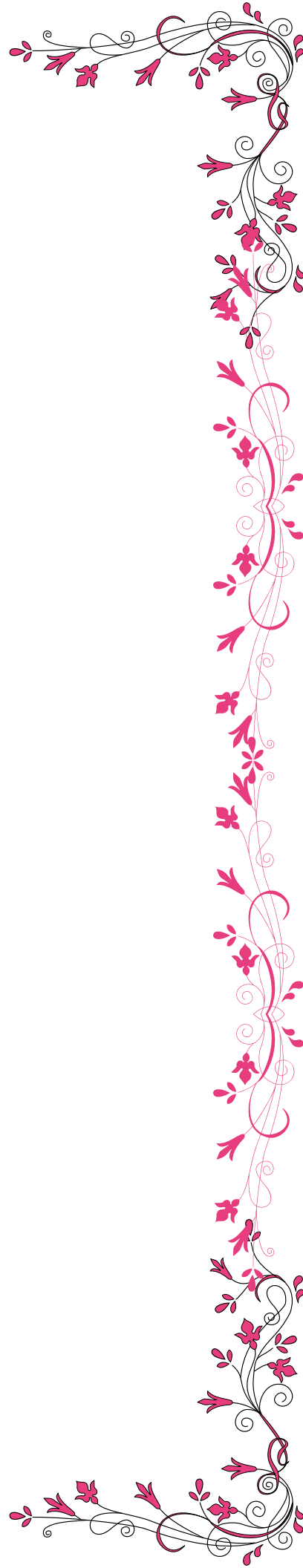
Quelle solution claire peux-tu lui proposer ? (même symbolique)

Rédige un mini-post avec la méthode E.R.A.

➔ Refais l'exercice avec 2 autres émotions pour le même sujet.

Tu verras à quel point un message peut devenir vivant quand tu changes juste l'émotion de départ.





Ce qu'il faut retenir

- L'émotion attire, connecte, fait agir.
- Ne cherche pas à écrire "bien", cherche à écrire vrai.
- Chaque post peut être une expérience émotionnelle pour ta cliente.
- Grâce à la méthode E.R.A., tu peux transformer un message banal en message puissant.





03

LE STORYTELLING MAGNÉTIQUE : RACONTER POUR MARQUER

Et si on parlait d'un truc qui fonctionne depuis la nuit des temps ? Bien avant les posts, les stories, les tunnels de vente... il y avait les histoires.

Tu sais, ces récits qu'on racontait autour du feu, qui captivaient l'attention, transmettaient des valeurs, et restaient dans la mémoire des générations entières ?

Eh bien devine quoi : ça n'a pas changé.

Sur Instagram, aujourd'hui, c'est encore ce qui fonctionne le mieux. Tu veux que ta cliente te fasse confiance ? Tu veux créer du lien ? Alors raconte-lui une histoire. Pas pour la divertir. Mais pour qu'elle se reconnaisse, s'identifie... et ressente.

C'est quoi le storytelling?

Le storytelling, ce n'est pas réservé aux auteurs de romans ou aux entrepreneurs perchés.

C'est juste l'art de parler de toi... mais pour l'autre.

Et là est la nuance : tu ne racontes pas ta vie pour étaler ton parcours. Tu racontes une expérience réelle, vécue, ou symbolique...

pour que ta cliente puisse se dire :

"Ah ouais, moi aussi j'ai vécu ça."

Et dans cette résonance, il y a la magie.

Pourquoi ça fonctionne?

Parce que les histoires activent l'imagination (le cerveau adore ça).

Elles créent de la proximité (on se sent moins seule).

Elles humanisent ta marque (tu deviens une vraie personne, pas une vendeuse de plus).

Et surtout : elles laissent une trace.



Exemple concrets

Post “storytelling raté” (plat) :

"Il y a 2 ans, j'ai quitté mon job pour me lancer sur Instagram. J'ai beaucoup appris, j'ai progressé et aujourd'hui je suis épanouie."

➡ Rien de faux... mais rien de vivant. Aucun ressenti, aucun détail. On zappe.

Post “storytelling magnétique” :

"Je me souviens encore du jour où j'ai rendu mes clés de casier.

Je souriais devant les collègues, mais dans ma tête, c'était le chaos : 'Et si je me plante ? Et si personne ne me lit ?'

Ce jour-là, je suis rentrée chez moi, j'ai ouvert mon compte Insta pro, et j'ai posté... en tremblant.

Deux ans plus tard, je tremble toujours un peu. Mais maintenant, je sais pourquoi j'écris."

➡ Là, c'est vivant, visuel, sincère.

La lectrice entre dans ton monde. Elle voit, elle ressent, elle te suit.

Méthode étape par étape : La méthode “Cœur – Chute – Clarté”

Une petite structure simple, mais ultra efficace, pour créer du storytelling émotionnel et utile :

1. Le Cœur : commence par l'émotion brute

Une pensée, une situation, une sensation. Fais entrer ta lectrice dans le décor.

“Ce matin-là, j'avais les larmes aux yeux devant ma boîte mail...”

2. La Chute : décris ce que tu as traversé

Sois honnête. Raconte sans enjoliver. Et sans te plaindre non plus.

“J'avais envoyé 8 messages à des marques. Aucune réponse. Je me suis dit : ‘Peut-être que je ne suis pas faite pour ça.’”

3. La Clarté : partage ce que tu as compris

Termine par une prise de conscience, une leçon, une ouverture inspirante.

“Ce jour-là, j'ai compris que je ne devais pas chercher à convaincre. Mais à connecter.”

➡ En 3 temps, tu racontes une histoire utile, sincère, touchante.

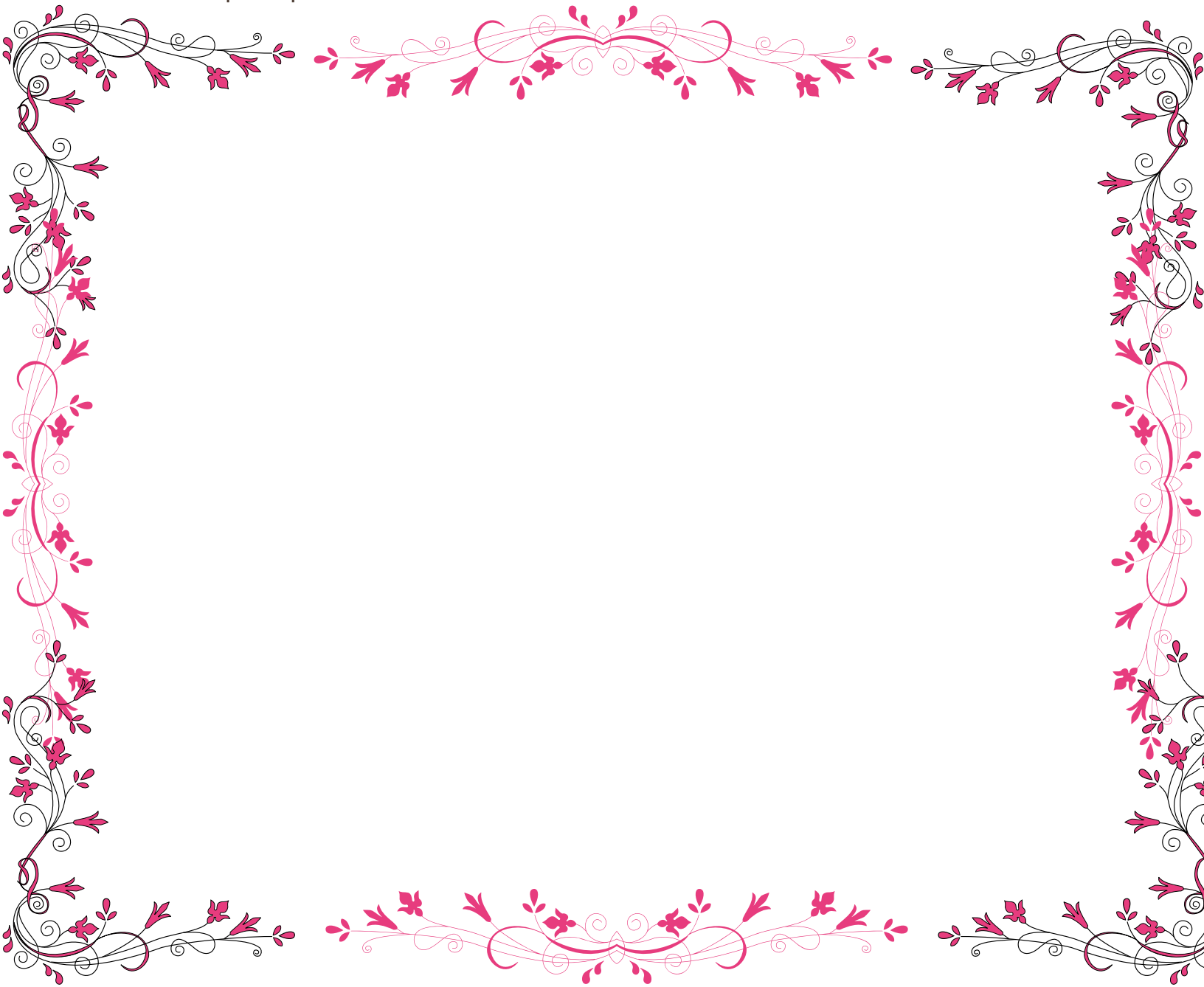
Exercice pratique

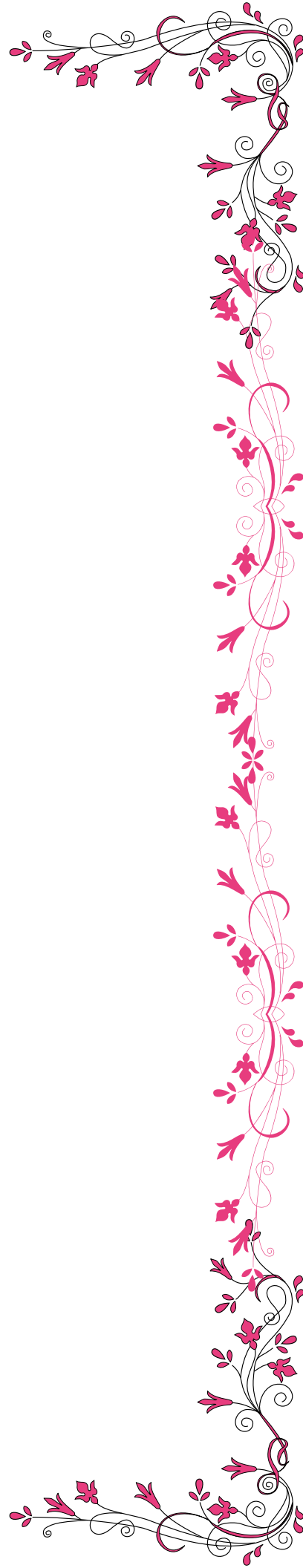
Choisis un moment marquant de ton parcours (pro ou perso) :

- une galère que tu as traversée
- un doute que tu as eu
- une fierté que tu as ressentie
- une première fois qui t'a marquée

Utilise la structure Cœur – Chute – Clarté pour écrire un post.

Puis, refais-le une deuxième fois avec une histoire plus légère (par exemple : un fail, un moment drôle, une pensée spontanée). Le storytelling, ce n'est pas que du drame. C'est aussi le vrai de la vie.





Ce qu'il faut retenir

- Le storytelling, c'est mettre du vécu dans ton contenu.
- Tu racontes pour créer du lien, pas pour impressionner.
- Une bonne histoire, c'est : une émotion → un moment → une leçon.
- Plus tu oses être sincère, plus ta lectrice s'autorise à se connecter à toi.

Et tu sais quoi ? Ce n'est pas parce que c'est "juste" une histoire que ça ne vend pas.

C'est parce que c'est une histoire que ça vend.



04

LES STRUCTURES DE POSTS QUI VENDENT

Tu peux écrire avec passion, être alignée avec tes valeurs, partager du contenu de qualité...

Mais si tu ne sais pas comment structurer un post pour vendre, alors ton offre risque de rester invisible. Et ça, c'est frustrant. Parce que tu as travaillé. Parce que tu y crois. Parce que tu veux aider.

Le problème, ce n'est pas ton produit. Ni ton audience. Le problème, c'est la façon dont tu présentes ce que tu proposes.

Vendre sur Instagram, ce n'est pas "forcer". Ce n'est pas non plus manipuler.

C'est créer un chemin mental qui mène naturellement à l'action.

Et ça, ça se construit avec des mots. Et surtout : une structure.

Dans ce chapitre, tu vas découvrir des modèles simples, puissants et adaptables à ta voix. Tu vas apprendre à organiser tes idées pour qu'elles soient lues, comprises et qu'elles donnent envie.

Tu vas aussi créer ton premier post de vente douce. Celui qui ne fait pas peur, qui ne crie pas, mais qui connecte, rassure et convertit.



Pourquoi utiliser des structures ?

Parce qu'un bon message mal organisé... ne fonctionne pas.

Même les idées les plus géniales peuvent tomber à plat si elles sont mal présentées.

Les structures sont comme des plans de maison : elles t'aident à savoir quoi dire, dans quel ordre, et comment guider la personne qui lit vers une action.

En copywriting, il existe plusieurs modèles classiques qui ont fait leurs preuves.

Ils ne sont pas magiques, mais ils sont efficaces. Et surtout : ils sont adaptables à Instagram.

Je te propose de découvrir les 3 plus grandes formules de copywriting adaptées à Instagram dans les pages suivantes.



Mais, avant...

Voici comment structurer un post : titre, intro, corps, CTA

Tu peux adapter n'importe quelle formule avec cette structure de base universelle :

1. Titre / Accroche

→ Une phrase qui interpelle, éveille une émotion ou crée de la curiosité.

2. Introduction

→ Tu poses le contexte, tu identifies un problème ou un besoin clair.

3. Corps du texte

→ Tu développes : racontes, démontres, expliques. Tu ajoutes une preuve, une expérience ou un bénéfice fort.

4. CTA (Call To Action)

→ Tu termines avec un appel à l'action clair. Pas forcément "achète", mais : "si tu veux en savoir plus...", "le lien est dans ma bio...", "viens en message privé..."

Exemple de structure complète d'un post de vente douce :

Exemple de structure complète d'un post de vente douce :

Accroche

➔ Une phrase percutante, directe ou intrigante.

Exemple : “Je pensais que vendre allait me faire fuir tout le monde.”

Contexte / douleur

➔ Raconte un ressenti, une frustration vécue par ta cible.

“J’avais peur d’être jugée, de paraître trop intéressée. Résultat : je n’osais jamais parler de ce que je proposais.”

Déclic / transition

➔ Montre un changement, un apprentissage.

“Puis j’ai compris que vendre, c’était proposer une solution. Pas imposer quoi que ce soit.”

Solution / offre

➔ Explique ce que tu as créé, et en quoi ça peut aider.

“C’est pour ça que j’ai écrit cet ebook. Il regroupe toutes mes méthodes pour vendre en douceur sur Instagram.”

Appel à l’action

➔ Termine avec une phrase claire et fluide.

“Il est à 20 €. Si tu veux le recevoir, tout se passe ici : [lien / bio / DM].”

I. PAS : Problème – Agitation – Solution

C'est quoi ?

Une structure simple mais puissante.

Elle s'appuie sur une vérité psychologique : nous réagissons quand on ressent une tension.

Tu présentes un problème réel, tu l'amplifies (émotionnellement), puis tu apportes une solution claire.

La structure

Problème : Tu décris un vrai souci que vit ta lectrice, avec ses mots.

Agitation : Tu montres ce que ça provoque chez elle au quotidien, dans sa tête, dans son cœur, dans son énergie.

Solution : Tu présentes ce que tu proposes comme réponse douce, rassurante, humaine.

Exemple :

"Tu passes des heures à créer des posts... mais personne ne réagit ?

Tu regardes les likes, tu te demandes si tu es faite pour ça, tu doutes, tu t'épuises... et au fond, tu commences à te taire.

Et si tu apprenais à écrire des accroches qui captent vraiment l'attention ? C'est exactement ce que je t'enseigne dans ce guide."

Pourquoi ça marche ?

Parce que tu crées une tension naturelle (le problème + l'agitation) et tu l'apaise avec ta solution.

C'est direct, humain, sincère. Et très efficace sur Insta.

Exercice pratique

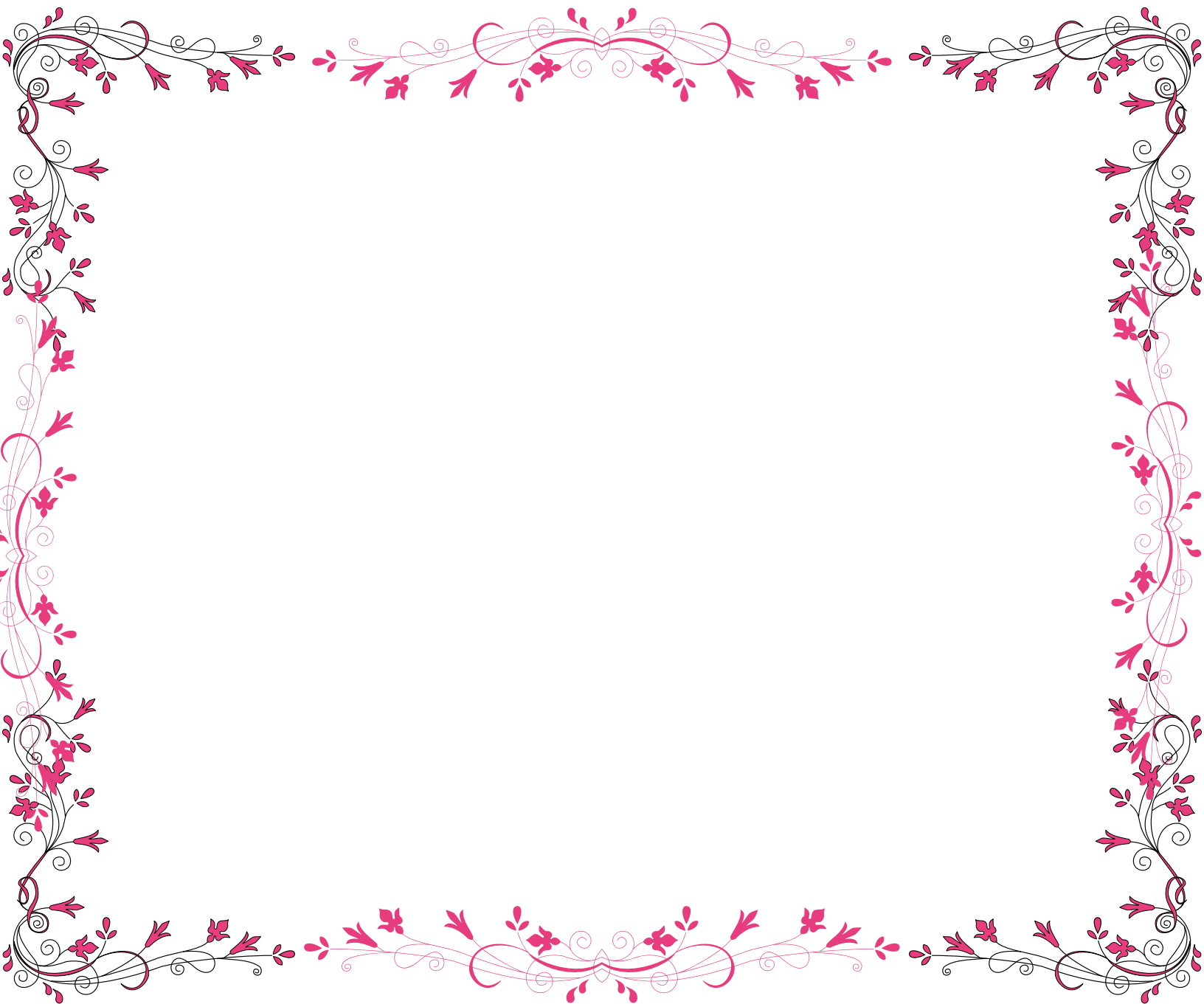
Thème : Choisis un sujet qui concerne ta cliente (par exemple : visibilité, charge mentale, confiance, vente...).

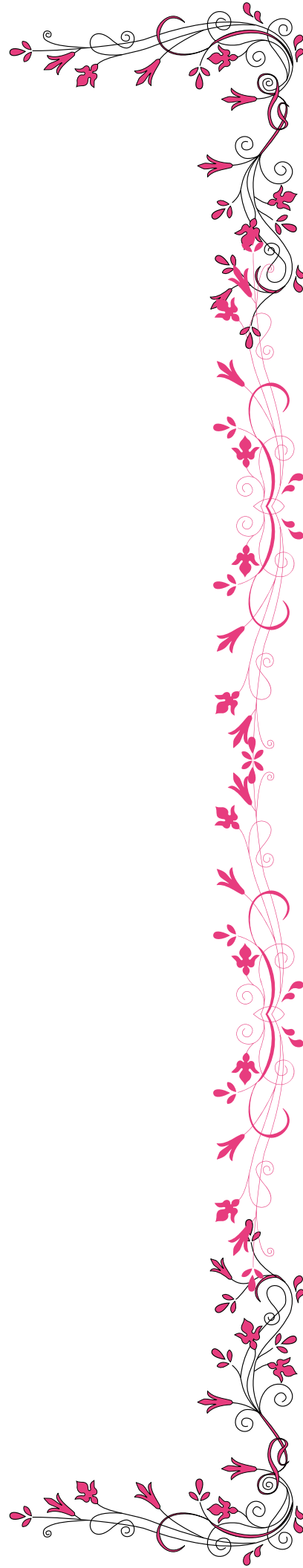
Remplis cette trame :

- Problème : Quel est le blocage qu'elle vit aujourd'hui ?
- Agitation : Que ressent-elle ? Quelles conséquences sur son quotidien ?
- Solution : Que peux-tu lui proposer pour l'aider ? (conseil, ressource, offre)

Rédige un post complet en suivant les 3 étapes.

Refais l'exercice sur un 2^e thème pour bien t'approprier la structure.





2. AIDA : Attention – Intérêt – Désir – Action

C'est quoi ?

Une des structures les plus utilisées en marketing.

Pourquoi ? Parce qu'elle suit le processus naturel de décision :

Je suis captée → Je suis intéressée → J'ai envie → Je passe à l'action.

La structure

- Attention : Une phrase forte, intrigante, une image mentale.
- Intérêt : Tu expliques le besoin ou la problématique.
- Désir : Tu montres ce que la lectrice peut gagner, ressentir, vivre.
- Action : Tu guides vers une suite concrète.

Exemple :

"Tu veux vendre un produit digital... mais tu n'oses pas ?

Je t'assure : tu n'as pas besoin de forcer ou de faire des réductions.

Ce qu'il te faut, c'est apprendre à parler à la bonne personne, au bon moment.

Mon ebook t'aide à faire exactement ça. Tu peux le recevoir aujourd'hui."

Pourquoi ça marche ?

Parce que tu emmènes ta lectrice pas à pas, en créant une montée en puissance. Tu ne balances pas ton offre d'entrée. Tu prépares le terrain émotionnellement.

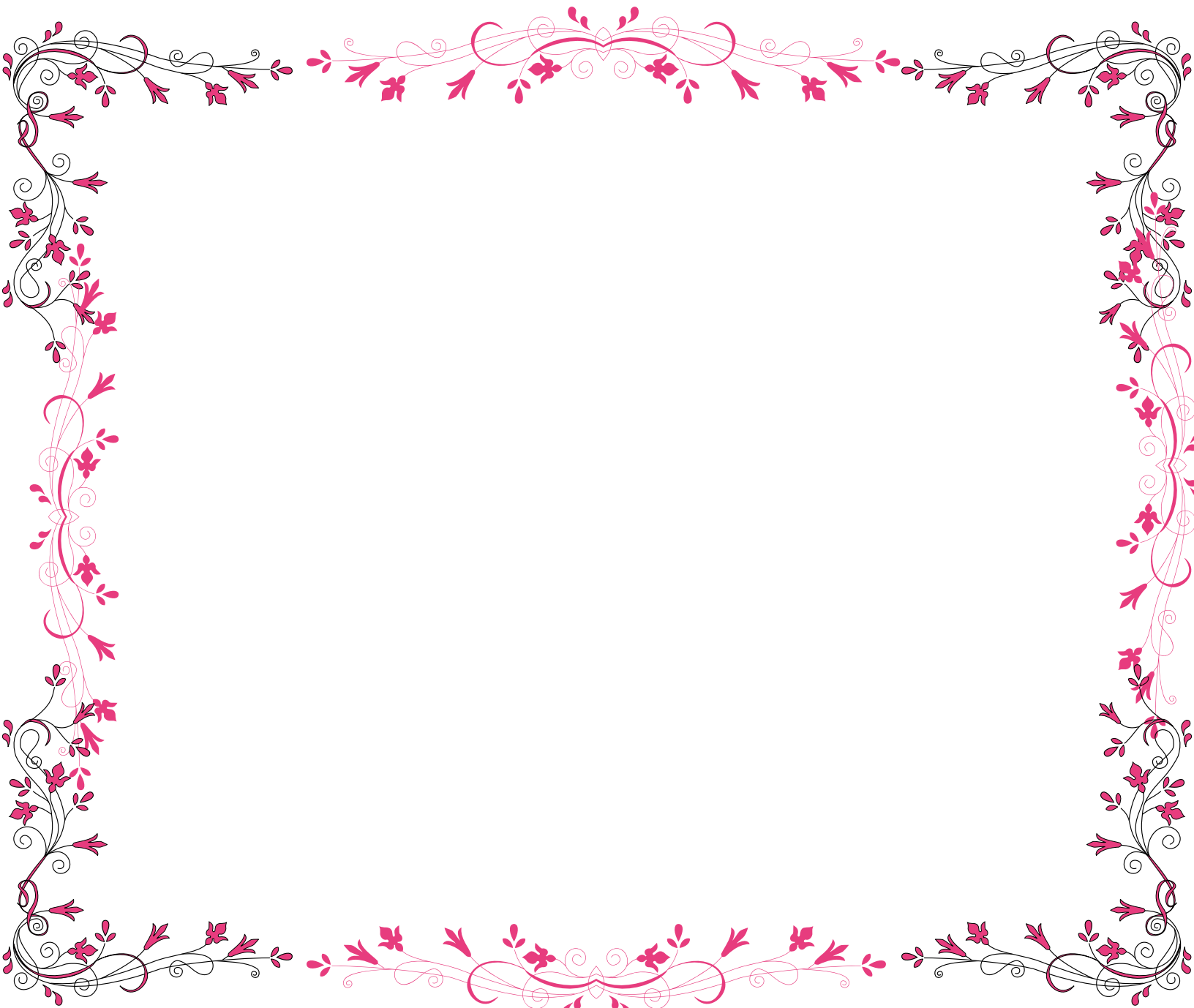
Exercice pratique

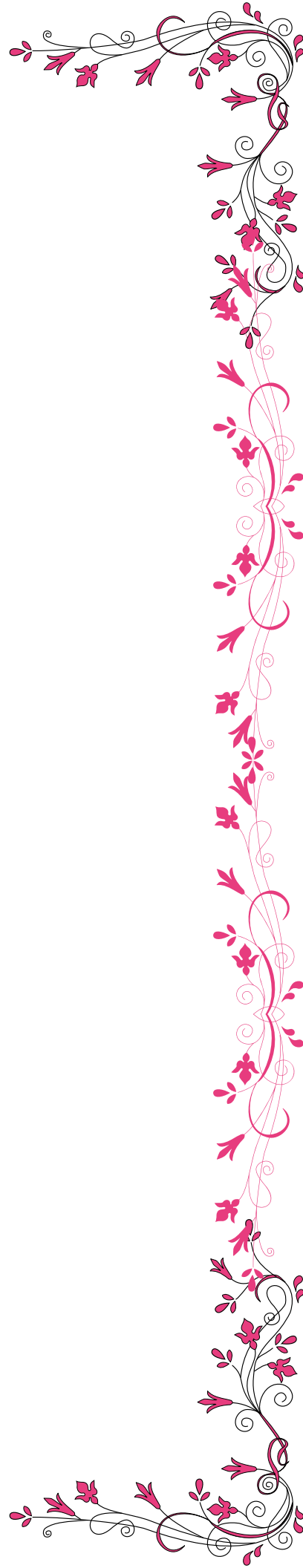
Thème : Choisis un de tes produits, ebooks ou services (même fictif).

Remplis cette trame :

- Attention : Quelle phrase pourrait stopper le scroll ?
- Intérêt : Pourquoi c'est un vrai sujet pour elle ?
- Désir : Que va-t-elle gagner / ressentir / changer ?
- Action : Que doit-elle faire ensuite ?

Rédige 1 post entier en AIDA. Puis challenge-toi avec un format court (moins de 500 caractères) pour t'entraîner à aller droit au but.





CCCC : Captiver – Connecter – Convaincre – Conclure

C'est quoi ?

Une structure très fluide, qui marche super bien pour les contenus personnels.

Elle allie émotion + sincérité + intention de vente douce.

La structure

- Captiver : Tu racontes un fait ou une phrase qui intrigue.
- Connecter : Tu entres dans le vécu, tu fais écho à ce que vit ta cliente.
- Convaincre : Tu montres la valeur de ce que tu proposes.
- Conclure : Tu guides vers l'étape suivante.

Exemple :

"Je n'ai pas toujours su vendre.

Au début, j'écrivais des posts flous, trop gentils. Rien ne bougeait.

Puis j'ai appris à écrire pour convaincre, sans forcer.

Aujourd'hui, j'ai transformé ma manière de vendre grâce à une structure simple. Et je te la partage dans mon ebook."

Pourquoi ça marche ?

Parce que ça se lit comme une mini-histoire.

Pas d'agressivité. Pas de technique trop visible.

Juste une voix sincère, qui propose avec douceur.

Exercice pratique

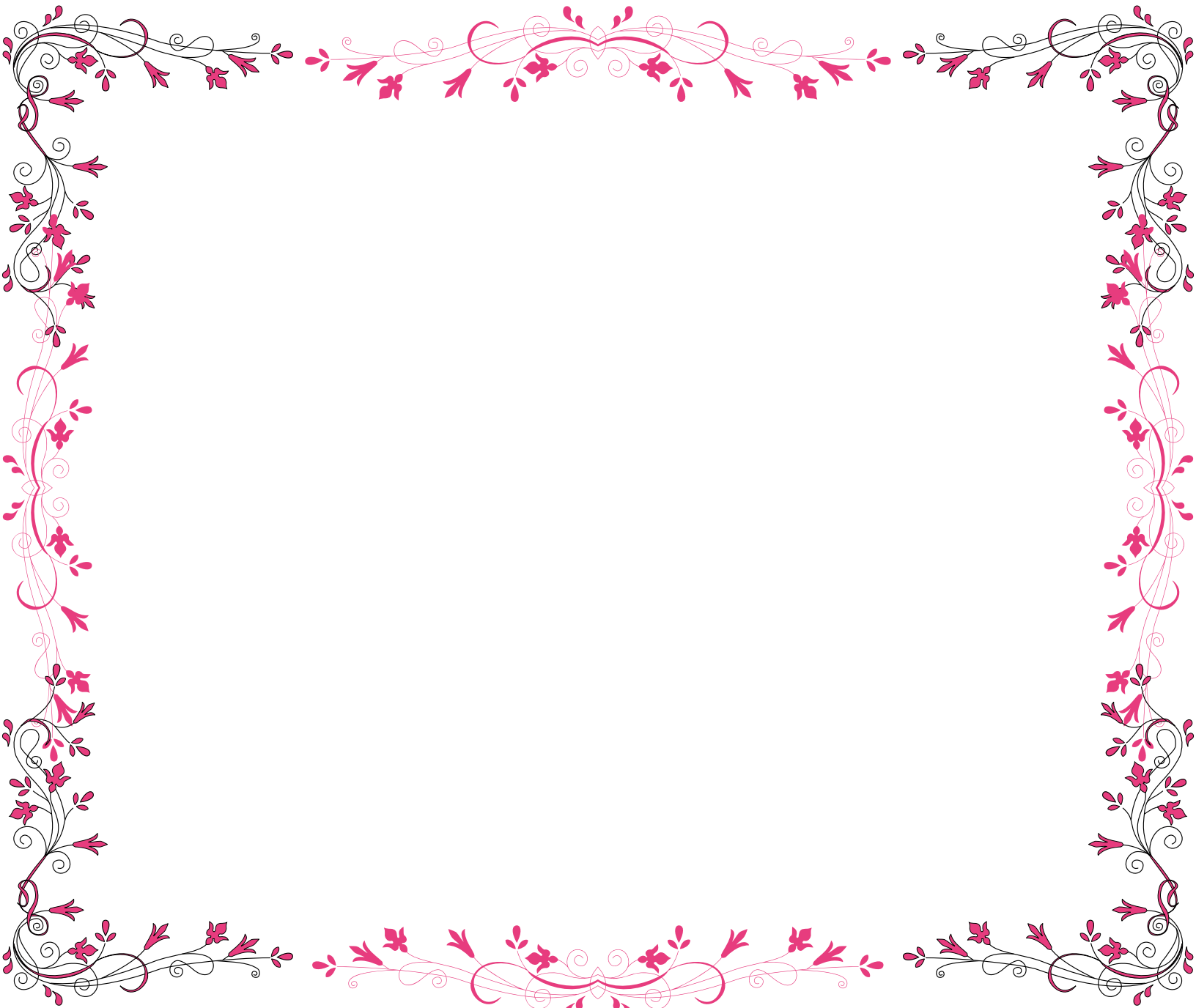
Thème : Une prise de conscience que tu as eue dans ton parcours.

Remplis cette trame :

- Captiver : Quelle phrase ou anecdote pourrait surprendre ?
- Connecter : Comment faire écho à ce que vit ta cliente ?
- Convaincre : Quelle valeur peux-tu lui apporter concrètement ?
- Conclure : Quelle action simple peut-elle faire maintenant ?

Écris 1 post avec vulnérabilité + impact.

Puis, fais un 2^e post en gardant la même structure mais sur un ton plus fun.





Ce qu'il faut retenir

- Vendre sur Instagram, ce n'est pas manipuler, c'est guider vers une solution.
- Les structures de copywriting t'aident à organiser ton message pour qu'il soit fluide et engageant.
- PAS, AIDA, CCCC sont des outils simples mais puissants pour construire un post convaincant.
- Un bon post de vente contient toujours : une accroche, un lien émotionnel, une offre claire, un appel à l'action.
- Ta voix, ton ton et ton histoire sont les éléments qui rendent ta vente unique.

Tu n'as pas besoin de vendre plus fort.

Tu as besoin de vendre plus juste.

Et c'est exactement ce que tu es en train d'apprendre ici.

05

LES APPELS À L'ACTION QUI DONNENT ENVIE D'AGIR

Tu as passé du temps à écrire un post sincère, bien structuré. Tu y as mis de la valeur. Tu as même eu quelques likes...

Mais personne ne commente.

Personne ne s'abonne.

Personne ne clique sur ton lien.

Et tu te demandes : "Est-ce que ça intéresse vraiment quelqu'un ?"

La vérité, c'est peut-être que tu n'as juste pas guidé la personne vers l'étape suivante.

Et non, ce n'est pas "parce qu'elle s'en fiche" ou "parce que tu n'es pas assez visible".

C'est simplement que ton audience a besoin qu'on lui dise quoi faire maintenant.

Un bon appel à l'action (CTA) est comme un panneau de signalisation. Sans lui, la route s'arrête.

Dans ce chapitre, tu vas apprendre pourquoi un CTA est indispensable, quels types de CTA utiliser selon ton objectif, comment les rendre naturels, puissants et surtout, comment les écrire sans forcer.

C'est quoi, un appel à l'action ?

C'est une phrase (ou un ensemble de mots) qui invite clairement ta lectrice à poser une action.

Pas une injonction agressive, pas un spam de boutons : un vrai pont entre ton contenu... et ce que tu veux qu'elle fasse ensuite.

Pourquoi il est essentiel ?

Parce que sans CTA, ta lectrice reste passive. Elle lit, elle hoche la tête... et elle passe à autre chose.

Tu n'as pas besoin de la convaincre à tout prix, mais tu dois lui indiquer la prochaine étape, aussi simple soit-elle :

- Liker ton post
- Laisser un commentaire
- Partager
- S'inscrire
- Acheter
- Envoyer un message
- Cliquer sur le lien en bio
- S'abonner à ta newsletter

Si tu ne demandes rien, elle ne fera probablement... rien.



Exemples de bons CTA selon les objectifs

Tu ne parles pas de la même manière selon ce que tu veux provoquer. Voici des CTA adaptés à différents objectifs, avec des exemples concrets :

Objectif : Créer de l'engagement (commentaires, likes, échanges)

- “Et toi, tu t'es déjà sentie comme ça ? Raconte-moi en commentaire.”
- “Tu préfères quelle option ? 1 ou 2 ?”
- “Dis-moi si tu veux que je développe ça dans un prochain post.”
- “Balance un ❤️ si tu t'es reconnue.”

Pourquoi ça marche ?

Parce que tu appelles à la discussion, pas au monologue. Tu impliques. Tu ouvres une porte.

Objectif : Vendre ou rediriger vers une offre

- “Tu veux aller plus loin ? Mon ebook t'attend ici : [lien en bio].”
- “Si ce que tu viens de lire te parle, tu vas adorer ce que j'ai préparé.”
- “Disponible à 20 € aujourd'hui. Lien dans ma bio ou viens en DM.”
- “Prête à passer à l'action ? Clique, télécharge, et c'est parti.”

Pourquoi ça marche ?

Parce que tu rassures, tu restes fluide, et tu montres ce qu'elle va gagner.

Objectif : Créer une habitude ou une fidélité

- “Tu veux d'autres conseils comme ça ? Abonne-toi, je t'en partage chaque semaine.”
- “Ce post t'a aidée ? Tu vas adorer le prochain.”
- “Active les notifications pour ne rien rater.”

Pourquoi ça marche ?

Parce que tu invites à rester connectée, tu montres que ce que tu offres, c'est régulier et utile.

Formules magiques pour écrire des CTA puissants

Les meilleurs CTA ont une chose en commun : ils sont **clairs, simples, utiles et orientés vers l'autre.**

Voici quelques formules que tu peux adapter à tous tes posts :

Formule 1 : “Si toi aussi...”

“Si toi aussi tu veux écrire des posts plus percutants, commence par ça 🖱️ [action]”

Formule 2 : “Prête ? Voici la suite”

“Prête à passer à l'étape suivante ? Clique sur le lien dans ma bio.”

Formule 3 : “Je t'offre...”

“Je t'offre un guide gratuit pour t'aider à clarifier ton message. Il est disponible ici.”

Formule 4 : “Fais-moi un signe si...”

“Fais-moi un signe si tu veux que je crée une version audio de ce post.”

Formule 5 : “Un mot suffit”

“Écris ‘prête’ en commentaire si tu veux que je t'envoie le lien.”

Ces formules créent de la proximité, de la fluidité, et surtout : elles donnent envie de répondre.

Tu ne forces pas. Tu invites.

Exercice pratique

Maintenant, tu vas créer 3 CTA différents pour un même post, selon 3 objectifs distincts.

Imagine que tu publies un post sur :

“Comment j’ai osé vendre mon premier ebook à 20 € sur Instagram”

Objectif 1 : Créer de l’engagement

Objectif 2 : Promouvoir l’ebook

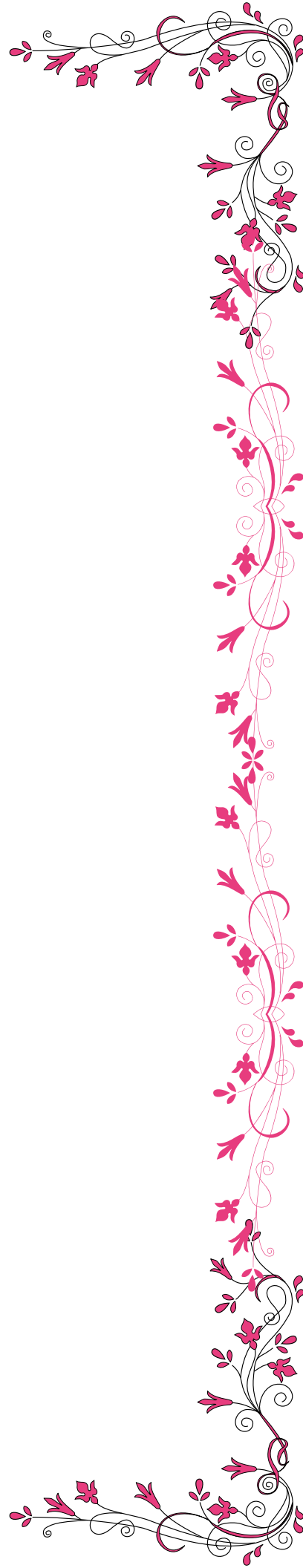
Objectif 3 : Fidéliser les lectrices

À toi de jouer :

Rédige trois phrases différentes, adaptées à chaque objectif.

Tu peux t’aider des modèles ci-dessus, ou écrire selon ton intuition. Le plus important, c’est d’être claire, directe et bienveillante.





Ce qu'il faut retenir

- Un post sans appel à l'action est un post qui s'arrête trop tôt.
- Ton audience a besoin que tu lui montres la prochaine étape, même si elle est simple.
- Chaque post mérite un CTA, même si ce n'est pas pour vendre.
- Adapte ton CTA à ton objectif : engagement, conversion, fidélisation.
- Les meilleurs CTA sont clairs, orientés vers l'autre, et fluides dans ton ton naturel.

Tu n'as pas besoin de crier pour qu'on t'écoute.

Tu as juste besoin d'inviter ta lectrice à continuer le chemin avec toi.

Et ça commence par une simple phrase bien placée.

ÉMOTIONS, AUTHENTICITÉ ET TON DE VOIX

06

Tu veux toucher. Tu veux qu'on ressente tes mots.

Tu veux qu'en lisant ton post, ta lectrice se dise :

“C'est exactement ce que je vis. Elle a mis des mots sur ce que je ressens.”

Mais entre “écrire avec le cœur” et “partir dans tous les sens”, il y a une frontière à ne pas franchir.

L'authenticité ne veut pas dire balancer tout ce qui te passe par la tête sans structure.

Et l'émotion, ce n'est pas faire pleurer à tout prix.

Dans ce chapitre, tu vas apprendre à écrire avec ton vrai ton de voix, à injecter de l'émotion de manière maîtrisée, et à transformer ta vulnérabilité en force de connexion.

Tu vas voir que ce n'est pas du “bla-bla inspirationnel”. C'est une vraie compétence stratégique pour te différencier et fidéliser ton audience.



Qu'est-ce que le ton de voix ?

C'est la manière dont tu t'exprimes à l'écrit.

Ce sont tes tournures de phrases, tes mots fétiches, ton humour, ta douceur ou ton côté cash.

C'est ce qui fait qu'on te reconnaît même sans voir ton nom.

Tu es douce, mais directe ?

Un peu piquante mais toujours bienveillante ?

Empathique et punchy ?

C'est ça, ton ton de voix.

Et l'émotion dans tout ça ?

L'émotion, c'est ce que tu veux faire ressentir à ta lectrice.

Elle peut être :

- touchée
- soulagée
- inspirée
- révoltée
- motivée

Ton post n'est pas juste une suite d'infos. C'est une expérience émotionnelle guidée.

Comment écrire avec émotion... sans te perdre

Voici les 3 clés pour écrire un contenu authentique et émotionnel sans tomber dans le brouillon émotionnel :

1. Sois précise dans ce que tu partages

Tu n'as pas besoin de tout raconter. Choisis un moment, un détail, une scène.

“Ce matin, j'ai pleuré dans la cuisine” est plus fort que “Je me sentais mal.”

La précision crée l'émotion.

2. Parle de toi, mais pour elle

Oui, c'est ton vécu. Mais si tu veux qu'on te lise, transforme-le en miroir.

“J'ai vécu ça” → “Peut-être que toi aussi, tu ressens ça.”

L'authenticité touche quand elle révèle une émotion commune.

3. Structure même l'émotion

Tu peux rester sincère tout en structurant ton message :

- Contexte
- Émotion vécue
- Prise de conscience
- Message final pour ta cible

C'est ça qui donne du poids à tes posts. Pas juste l'intensité émotionnelle, mais la clarté émotionnelle.

Exemples concrets

Post émotionnel bien structuré :

“Ce matin, j’ai pleuré dans ma cuisine.

Ma fille me réclamait, mon fils me posait 100 questions. Et moi, je devais finir un post pour Instagram.

J’ai craqué.

J’ai cru que je n’étais pas faite pour entreprendre.

Et puis j’ai respiré.

J’ai compris que je n’avais pas besoin d’être parfaite. Juste présente. Pour eux. Pour moi. Pour mon projet.

Alors j’ai écrit ce post. Parce que peut-être que toi aussi, tu te demandes si t’as le droit d’être fatiguée.

Tu l’as. Et tu n’as pas besoin d’abandonner ton rêve pour autant.”

Pourquoi ça marche :

- Des images concrètes (cuisine, enfants),
- Des émotions simples mais sincères,
- Un message qui parle à la lectrice, pas juste un déballage.

Méthode étape par étape : Créer un post authentique et émotionnel

Voici une recette pour écrire un post avec ton cœur... sans partir en freestyle.

Étape 1 : Choisis une émotion centrale

Joie, fatigue, peur, gratitude, culpabilité... choisis-en UNE seule.

Étape 2 : Trouve un moment qui incarne cette émotion

Un souvenir, une scène, une phrase que tu as entendue.

Étape 3 : Décris le moment

Ce que tu voyais, entendais, ressentais.

Étape 4 : Ajoute ta prise de conscience

“C’est là que j’ai compris...”

“Ce jour-là, j’ai réalisé...”

“Je me suis dit que...”

Étape 5 : Adresse-toi à ta cible

“Si tu vis ça, sache que...”

“Toi aussi, tu as le droit de...”

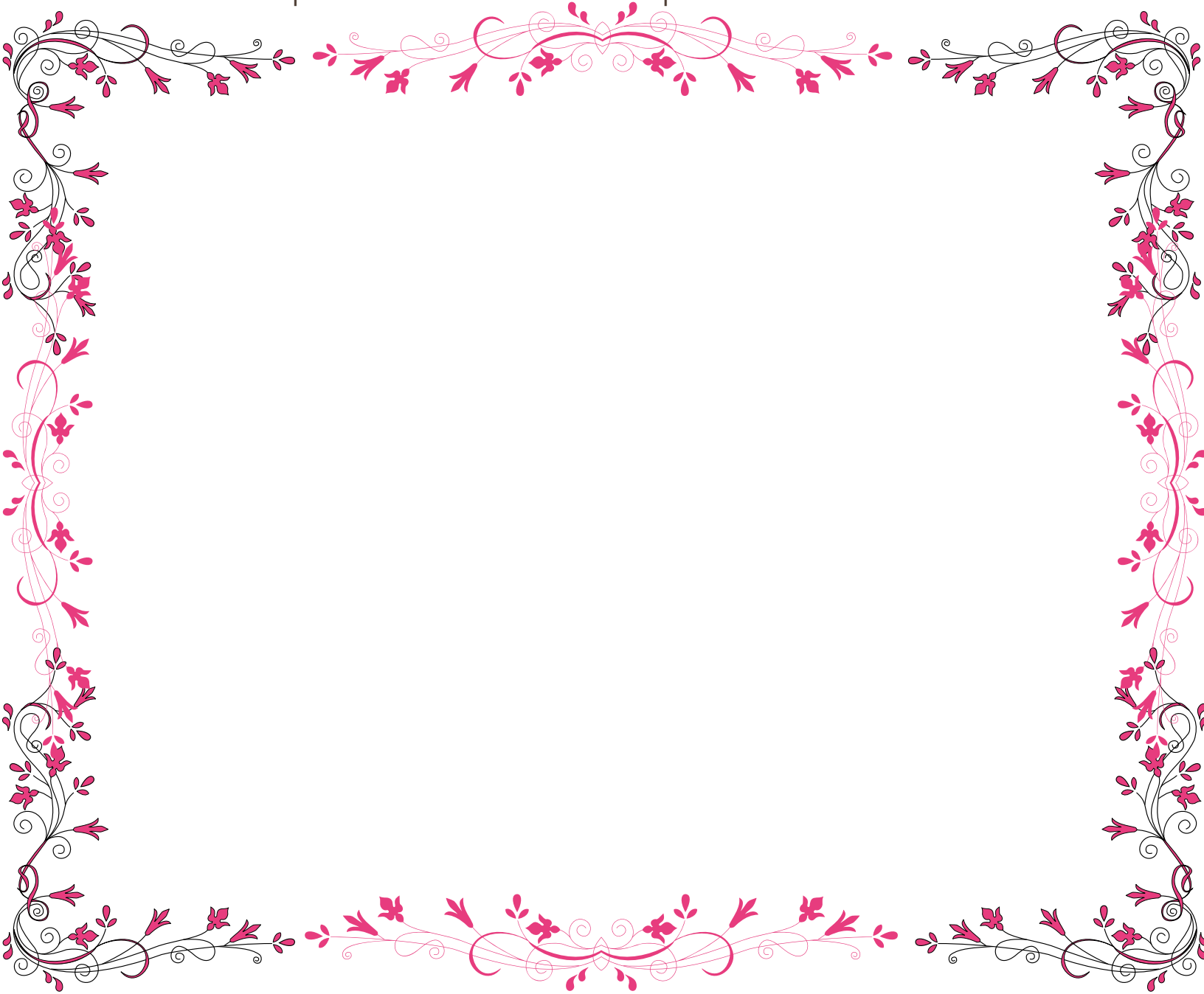
C’est là que l’émotion devient utilité. Et que ton message reste.

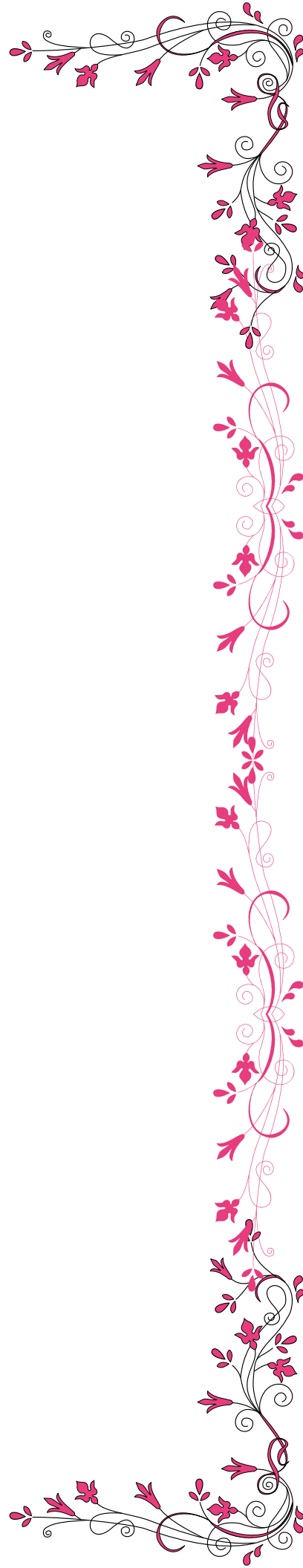
Exercice pratique

Écris un post à partir d'une émotion que tu ressens souvent dans ton quotidien de créatrice, maman ou entrepreneuse.

- Choisis l'émotion
- Trouve un moment qui l'incarne
- Raconte ce moment
- Partage ce que tu en as retiré
- Termine par un message pour ta lectrice

Tu peux faire cet exercice plusieurs fois par mois. C'est un excellent entraînement pour muscler ta voix de marque.





Ce qu'il faut retenir

- Ton ton de voix est un outil puissant pour fidéliser et toucher ton audience.
- Tu peux écrire avec émotion et authenticité sans te perdre dans le flou.
- Une bonne émotion à l'écrit est : précise, structurée, liée à un vécu réel.
- L'authenticité ne se force pas. Elle se canalise pour mieux être transmise.

Tu n'as pas besoin d'être parfaite pour écrire juste.

Tu as juste besoin d'être vraie, structurée... et au service de l'autre.



**BONUS
FICHES À
IMPRIMER**



FICHE 1 : LES 3 STRUCTURES QUI FONT VENDRE

Structure P.A.S – Problème / Agitation / Solution

Tu poses un problème réel, tu le creuses, puis tu apaises avec ta solution.

Trame à remplir :

- Quel est le vrai problème de ma cible ?
- Comment ce problème l'impacte-t-il dans son quotidien ?
- Quelle solution concrète je peux lui proposer ?

Exemple :

"Tu publies chaque semaine... mais aucun résultat ? Tu doutes, tu t'épuises. Et si tu écrivais autrement ? Je t'explique comment structurer tes posts pour captiver et convertir."

Structure A.I.D.A – Attention / Intérêt / Désir / Action

Tu guides ton lecteur étape par étape jusqu'à l'action.

Trame à remplir :

- Quelle accroche va stopper le scroll ?
- Pourquoi c'est un sujet qui la concerne ?
- Qu'est-ce qu'elle va gagner ?
- Que doit-elle faire maintenant ?

Exemple :

"Tu veux vendre ton ebook, mais tu ne sais pas comment l'annoncer ? Je te montre la stratégie que j'ai utilisée pour vendre mes 100 premiers exemplaires sans pub. Télécharge la méthode ici."

Structure C.C.C.C – Captiver / Connecter / Convaincre / Conclure

Tu racontes une histoire vraie, sincère, avec un objectif clair.

Trame à remplir :

- Quelle anecdote va attirer son attention ?
- Comment créer un lien fort avec ton vécu ?
- Quelle transformation tu proposes ?
- Quelle est l'action qu'elle doit faire ensuite ?

Exemple :

"Je pensais que personne ne lirait mon contenu. Puis un jour, une femme m'a écrit pour me dire qu'elle avait osé publier grâce à moi. Depuis, je n'ai plus arrêté. Si tu veux qu'on avance ensemble, mon ebook t'attend."



FICHE 2 : 15 ÉMOTIONS PUISSANTES À UTILISER

L'émotion est le moteur du passage à l'action. Choisis-en une par post et fais-la vibrer dans ton message.

- Frustration : "Tu postes dans le vide ? Moi aussi, j'en avais marre."
- Soulagement : "Enfin une méthode simple et sans pression."
- Identification : "Moi aussi j'ai eu envie de tout arrêter."
- Envie de changement : "Tu veux sortir de la routine métro-boulot-burn-out ?"
- Fierté / Reconnaissance : "Sois fière, même si personne ne le dit."
- Curiosité : "Ce que j'ai découvert m'a complètement retournée."
- Culpabilité : "Et si tu arrêtais de t'oublier à force de tout donner ?"
- Ambition : "Tu veux plus. Et tu as le droit."
- Peur de rater : "Si tu continues comme ça, tu risques d'abandonner ton rêve."
- Espoir : "Ce n'est pas trop tard pour recommencer."
- Gratitude : "Merci d'être là. Je n'aurais jamais cru ça possible."
- Colère : "J'en ai marre qu'on nous dise que..."
- Amour-propre : "Tu mérites mieux que l'épuisement."
- Confiance : "Tu n'as pas besoin d'être parfaite. Juste d'être sincère."
- Surprise : "Je ne m'attendais pas à ça. Et pourtant..."



FICHE 3 : 10 ACCROCHES RECYCLABLES

À utiliser, adapter et reformuler selon ton style. L'objectif ? Stopper le scroll.

1. "Tu veux que je sois honnête ?"
2. "Personne ne te le dit, mais c'est pour ça que ton contenu ne marche pas."
3. "Tu postes... mais rien ne se passe. Voici pourquoi."
4. "J'ai longtemps cru que je n'étais pas faite pour ça."
5. "Ce conseil aurait pu me faire gagner 6 mois."
6. "Quand j'ai compris ça, tout a changé."
7. "Toi aussi tu doutes ? Alors lis ça."
8. "Si tu vis ça, sache que tu n'es pas seule."
9. "C'est le genre de post que j'aurais aimé lire avant."
10. "Pose ton café. Ce que tu vas lire va peut-être tout changer."



FICHE 4 : FORMULES DE CTA PUISSANTS

Le CTA (appel à l'action) est ce qui transforme un post en résultat. Il doit être clair, humain et adapté à l'objectif.

CTA pour inciter à commenter :

- "Tu t'es reconnue ? Dis-le-moi en commentaire."
- "Et toi, tu ferais quoi à ma place ?"
- "Je suis curieuse d'avoir ton avis."

CTA pour faire s'abonner :

- "Si ce post t'a parlé, abonne-toi pour ne rien rater."
- "Je publie des conseils comme celui-ci chaque semaine."

CTA pour vendre ou faire cliquer :

- "Le lien est juste ici. Il t'attend."
- "Tu veux apprendre à faire pareil ? Clique sur mon profil."

CTA doux (pas pushy) :

- "Je te laisse y réfléchir. Et si ça t'appelle, je suis là."
- "Quand tu seras prête, tu sauras où me trouver."

FICHE 5 : CHECKLIST DU POST INSTA EFFICACE

- J'ai une accroche qui capte
- Je parle à un vrai besoin / blocage
- J'utilise une seule émotion forte
- Mon message suit une structure claire
- J'ai une idée principale (pas 4 à la fois)
- J'ai intégré une touche personnelle ou une histoire
- Mon CTA est clair, simple et visible
- Le ton est aligné avec ma personnalité
- Je laisse respirer le texte (sauts de ligne, lisibilité)
- Mon post donne envie de lire... jusqu'au bout

FICHE 6: 5 STRUCTURES DE POSTS PRÊTES À REMPLIR

Voici 5 modèles ultra simples et adaptables que tu peux copier-coller et compléter pour créer du contenu varié et cohérent :

1. Post inspiration / mindset

- Accroche
- Situation vécue / émotion forte
- Prise de conscience
- Message clé pour ta lectrice
- CTA d'engagement : "Et toi, tu l'as déjà ressenti ?"

2. Post vente douce

- Accroche ciblée
- Problème que ta cible rencontre
- Ta solution (offre)
- Bénéfices concrets
- CTA : "Disponible ici / en bio / en DM"

3. Post storytelling

- Point de départ (souvenir ou émotion)
- Tension / transformation vécue
- Ce que tu as compris
- Lien avec la lectrice
- Conclusion + CTA émotionnel

4. Post tips / expertise

- Accroche avec promesse claire
- Liste des conseils ou méthode
- Explication rapide + exemple
- Résumé ou punchline
- CTA : "Garde ce post pour plus tard / dis-moi si tu veux plus de tips"

5. Post appel à l'action communautaire

- Accroche = question ou mini-défi
- Pourquoi tu poses cette question
- Ce que ça peut changer pour ta lectrice
- Invitation claire : "Commente / vote / partage ton avis"

✂️ Utilise ces structures comme des "recettes" rapides : elles te font gagner du temps tout en gardant de l'impact.



Fiche 7: GRILLE D'AUTO-ÉVALUATION DE MES POSTS

Parce qu'on s'améliore en s'auto-analysant.

À cocher après chaque publication :

- Mon accroche est percutante (oui / non)
- J'ai utilisé une émotion précise (oui / non / laquelle ?)
- J'ai raconté quelque chose de personnel (oui / non)
- Mon message est clair et structuré (note sur 5)
- Mon CTA est bien visible (oui / non)
- Ce post me ressemble à 100% (oui / non)
- Ce que j'ai appris en écrivant ce post :

➔ Encourage la progression sans jugement.

TU ES ARRIVÉE À LA FIN BRAVO À TOI!

Tu es arrivée jusqu'ici.

Tu as découvert les fondamentaux du copywriting, exploré la puissance du storytelling, compris pourquoi certaines accroches captent l'attention quand d'autres passent inaperçues. Tu sais maintenant qu'écrire n'est pas un talent réservé à quelques "élues", mais une compétence que tu peux développer. Pas à pas. Post après post.

Ce que tu viens d'apprendre n'est pas un simple guide théorique. C'est une méthode concrète, que tu peux appliquer dès aujourd'hui. Tu n'as pas besoin de devenir une autre pour écrire mieux. Tu as juste besoin de te reconnecter à ce que tu vis, à ce que tu veux transmettre, et à ce que ta communauté ressent.

Ta voix compte. Tes idées comptent. Ton histoire compte.

Alors oui, tu peux vendre, inspirer, connecter et créer une vraie différence... sans filtre exagéré, sans stratégie agressive, sans jouer un rôle.

Juste en écrivant comme toi. Avec sincérité, clarté, et intention.

Le reste ? C'est de la pratique. Beaucoup de tests. Et surtout, beaucoup de liberté.

Tu sais écrire.

Tu sais toucher.

Tu sais vendre.

Et si tu en doutais encore... relis ce guide. Puis recommence à écrire.

Merci de m'avoir fait confiance,

et bienvenue dans la grande aventure de la communication consciente.

Pose ta com. Et fais-la rayonner.

Esmeralda Pulli, fondatrice de Pose ta com

