

30 IDÉES DE NEWSLETTERS

pour créer du lien, inspirer et donner à tes clientes envie d'acheter

Quand tu ne sais plus quoi envoyer ...

Koulma Copy

Copywriting pour femmes entrepreneures

Au programme

30 idées pour ne plus jamais manquer d'inspiration

01

Créer du lien & renforcer la confiance

5 idées pour montrer qui tu es et créer une relation avec ton audience.

02

Éduquer & apporter de la valeur

5 idées pour partager ton expertise sans tout dévoiler.

03

Créer du désir & susciter l'envie

5 idées pour aider tes lectrices à se projeter dans le changement.

04

Fidéliser & maintenir l'engagement

5 idées pour entretenir une relation régulière avec ton audience.

05

Inciter à l'action

5 idées pour aider tes lectrices à passer de l'intention à l'action.

06

Préparer le terrain pour une vente

5 idées pour amener naturellement tes offres dans tes newsletters.

Et si tes newsletters faisaient plus que remplir une boîte mail ?

Dimanche soir.
Ton thé refroidit pendant que tu regardes ton écran. Ton curseur clignote dans ton logiciel d'emailing.

« Mais qu'est-ce que je vais bien pouvoir leur raconter cette semaine ? »

Un conseil ? Une anecdote ?
Une promotion sur ton offre ?
Tu hésites, tu écris trois lignes puis tu les effaces.
Finalement, tu refermes ton ordinateur.
Ta newsletter attendra la semaine prochaine. Puis celle d'après.

Si ce scénario te parle, je te rassure : tu n'es pas seule !

Pourtant, ta liste d'emails est l'une de tes plus belles ressources. Ce sont des femmes qui ont choisi de te lire. Tu peux leur parler en direct (sans algorithme) et de façon régulière !

Tu veux une autre bonne nouvelle ?

Une newsletter n'a pas besoin d'être longue, révolutionnaire ou parfaite.

Elle doit simplement dire la bonne chose :

A ta bonne personne
Au bon moment
Avec les bons mots

Une newsletter ne sert pas uniquement à vendre

Bien sûr, ton objectif ultime est de développer ton activité, mais si chaque email se résume à : « Voici mon offre. Elle est disponible. Réserve ton appel. » tes clientes finiront par décrocher.

A l'inverse, une newsletter qui apporte régulièrement de la valeur crée quelque chose de beaucoup plus précieux : la confiance.

Au fil de tes emails, tes abonnées peuvent :

- apprendre à mieux te **connaître** ;
- **comprendre** ta façon de travailler ;
- **découvrir** ton expertise ;
- mettre des mots sur leurs propres **problématiques** ;
- commencer à croire qu'une **transformation** est possible.



C'est cette relation de confiance qui rendra ensuite la vente beaucoup plus naturelle et fluide, pour que finalement elle se dise :

« C'est elle que j'ai envie d'avoir à mes côtés »

Ce que tu vas trouver dans ce guide

J’ai réuni 30 idées de newsletters que tu peux facilement adapter à ton activité, que tu sois coach, thérapeute, accompagnante ou que tu proposes tout autre type d’accompagnement.

Tu y trouveras comment :

Créer du lien avec tes clientes et leur permettre de découvrir la personne que tu es derrière ton activité.

Montrer ton expertise sans transformer chaque email en cours magistral.

Faire prendre conscience d’un problème que tes clientes rencontrent peut-être sans encore savoir comment le résoudre.

Donner envie de changer en faisant émerger une nouvelle perspective ou une solution inattendue.

Comment utiliser les idées

Avant de commencer, quelques règles simples :

1 newsletter = 1 idée

Ne cherche pas à tout dire dans un seul email.
Concentre-toi sur une seule idée et approfondis-la.
Si tu essaies d'en traiter plusieurs à la fois, tu risques de perdre ton audience... et surtout, de diluer ton message.

Adapte toujours ton contenu à ton audience

Une idée n'est qu'un point de départ.
Ton rôle est de la transformer pour qu'elle résonne vraiment avec tes clientes idéales.
Utilise leurs propres mots... et leurs propres maux.
Quels sont leurs problèmes ? Leurs frustrations ? Leurs questions ? Leurs envies ?
Écris comme si tu t'adressais directement à une personne qui pourrait bénéficier de ton accompagnement.

Ajoute ton point de vue

C'est ce qui donnera à ta newsletter son authenticité et son intérêt.
Ne te contente pas de partager un conseil ou une information : dis ce que toi, tu en penses. Raconte ton expérience, explique ta méthode, donne ton avis, nuance une idée reçue...
Et lorsque c'est pertinent, fais le lien entre ce que tu viens de partager et ton expertise ou ton offre.

Comment utiliser les idées

Termine par un CTA

Un CTA (ou Call To Action) indique à ta lectrice ce qu'elle peut faire après avoir lu ton email.
Et attention : un CTA ne signifie pas forcément :
« Achète mon programme »
ou « Réserve ton créneau ».
Tu peux aussi proposer une action plus simple :

- « Clique ici pour recevoir mon ebook »
- « Regarde ma dernière vidéo »
- « Réponds simplement à cet email et raconte-moi ton expérience »
- « Découvre mon accompagnement »

L'important, c'est de ne pas laisser ta lectrice sans indication sur la suite à donner après la lecture.

Et à quelle fréquence envoyer tes newsletters ?

Il n'y a pas de règle stricte.
Une fois par semaine ? Deux fois par mois ? Plus souvent ?
Tout dépend de toi, de ton activité et de ton audience.
L'essentiel est de trouver un rythme que tu peux maintenir sur le long terme. Tu dois être présente, mais sans devenir envahissante. Car ton objectif n'est pas que ta lectrice se dise : « Encore un email... »
Mais plutôt :
« C'est elle dont j'ai besoin ! »
En résumé : privilégie la régularité et la qualité, pas la quantité.
Et n'oublie pas, la clé, c'est de créer une relation de confiance, pour qu'elle pense à toi quand elle sera prête à passer à l'action.

Maintenant à toi de jouer !

01 CRÉER DU LIEN & RENFORCER LA CONFIANCE

5 idées pour permettre à ton audience de mieux te connaître et construire une relation de confiance.



1 - Partager ton histoire

OBJECTIF :
Créer une connexion sincère avec ton audience, et renforcer la confiance et l'engagement. En partageant une étape clé de ton parcours, tu humanises ton activité et permets à tes lectrices de mieux comprendre la personne qui se trouve derrière ton expertise.

COMMENT LA REDIGER ?
Raconte un moment ou une étape importante de ton parcours qui a influencé ta manière d'accompagner tes clientes. Fais ensuite résonner cette expérience avec les problématiques, questionnements ou aspirations de tes lectrices. Tu n'as pas besoin de raconter toute ton histoire : choisis un moment précis qui apporte quelque chose à ton audience.

CTA POSSIBLE :
Invite tes lectrices à poursuivre la découverte de ton univers : consulter ton compte Instagram, regarder ta chaîne YouTube, ou découvrir une ressource avec le sujet abordé.

2 - Partager une expérience personnelle

OBJECTIF :
Créer de l'identification et montrer la personne derrière l'experte. En partageant une expérience dans laquelle tes lectrices peuvent se reconnaître, tu crées de la proximité et tu leur montres que tu comprends ce qu'elles vivent.

COMMENT LA REDIGER ?
Choisis une situation personnelle que tu as vécue et qui fait écho à une problématique, une peur, une difficulté ou une aspiration de ton audience. Raconte ce que tu as vécu, ce que tu as ressenti ou compris à ce moment-là, puis fais le lien avec ce que tes lectrices peuvent elles aussi vivre aujourd'hui. L'idée est de partir de ton expérience pour faire résonner quelque chose chez ta lectrice.

CTA POSSIBLE :
Invite tes lectrices à répondre à ton mail pour partager une expérience similaire, raconter leur propre situation ou te dire ce que ton histoire leur évoque.

3 - Partager une erreur et ce qu'elle t'a appris

OBJECTIF :
Humaniser ton activité et renforcer la confiance de ton audience. Montre que toi aussi tu as traversé des moments difficiles. Une erreur bien racontée permet de mettre en lumière ton expérience, ta progression et ton authenticité.

COMMENT LA REDIGER ?
Sélectionne une difficulté que tu as rencontrée dans ton parcours. Raconte ce qui s'est passé, ce que cette expérience t'a permis de comprendre, et surtout, ce que tu en as tiré comme leçon. Ensuite, établis un lien avec une situation que rencontrent tes clientes, en montrant comment cette leçon peut leur être bénéfique.

CTA POSSIBLE :
Invite tes lectrices à partager une erreur dont elles ont tiré une leçon, à répondre à ton email pour raconter leur propre expérience ou à découvrir une ressource en lien avec le sujet.

4 - Partager une opinion ou une conviction

OBJECTIF :
Montrer ta vision de ton métier, affirmer ta personnalité pour permettre à ton audience de mieux comprendre ce qui te distingue. Une opinion claire et assumée permet de créer de la proximité avec celles qui partagent ta façon de penser tout en suscitant la réflexion chez les autres.

COMMENT LA REDIGER ?
Choisis un sujet en lien avec ton activité et sur lequel tu as une conviction forte ou une manière de faire qui t'est propre. Explique pourquoi tu adoptes cette position, en t'appuyant sur ton expérience, tes observations ou tes accompagnements. Tu peux aussi retourner une idée reçue, un préjugé ou un cliché en partageant ton point de vue pour ouvrir le débat.

CTA POSSIBLE :
Invite ton audience à partager son opinion sur ton compte Instagram ou en répondant à ton mail. Selon le sujet, tu peux également proposer une prise de rendez-vous pour échanger avec toi.

5 - Montrer les coulisses de ton activité

OBJECTIF :
Dévoiler la face cachée de ton activité et déconstruire certaines idées fantasmées. Les coulisses permettent à ton audience de découvrir ce qui se passe derrière ce qu'elle voit habituellement, et de mieux comprendre ton quotidien.

COMMENT LA REDIGER ?
Choisis une tâche ou une étape de ton activité que ton audience n'imagine pas forcément que tu dois réaliser régulièrement et explique-la. Pas besoin de rentrer dans les détails. L'idée est de montrer le décalage entre ce que tes clientes imaginent que tu fais et ce que tu fais réellement pour éveiller la curiosité et renforcer leur confiance.

CTA POSSIBLE :
Invite tes lectrices à partager elles aussi une tâche "improbable" ou méconnue de leur travail pour favoriser l'échange et la proximité.

L'idée 3 version classique :
La semaine dernière, j'ai fait une erreur dans mon activité.

L'angle copy :
L'autre jour, je devais écrire un mail, et j'ai passé 2 heures devant mon écran, les yeux dans le vide. Et ce matin, j'ai enfin compris pourquoi !

Souviens-toi :
Avant de convaincre, donne à tes lectrices une raison de te faire confiance.

02 ÉDUQUER & APPORTER DE LA VALEUR

5 idées pour aider, inspirer et faire grandir ton audience grâce à tes emails



6 - Expliquer une notion clé de ton domaine d'expertise

OBJECTIF :
Permettre à ton audience de comprendre facilement un concept lié à ton activité tout en valorisant ton expertise.

COMMENT LA REDIGER ?
Sélectionne une notion que tes lectrices entendent souvent, mais qu'elles ne maîtrisent pas forcément. Utilise un langage simple et accessible pour la décrire en insistant sur son intérêt pratique dans leur situation. N'hésite pas à utiliser un exemple concret pour faciliter la compréhension.

CTA POSSIBLE :
Invite tes lectrices à découvrir une ressource pour approfondir cette notion ou aller plus loin sur le sujet.

7 - Donner une méthode ou des étapes à suivre

OBJECTIF :
Offrir une solution pratique et concrète à une problématique fréquemment rencontrée par ton audience et l'inciter à passer à l'action pour faire ses premiers pas.

COMMENT LA REDIGER ?
Identifie une problématique qui touche fréquemment ton audience et pour laquelle tu peux proposer une méthode ou quelques étapes claires. Présente ces étapes de manière simple et explique concrètement ce qu'elles peuvent lui apporter. Il n'est pas nécessaire de tout dévoiler, l'idée est de lui donner une première piste pour avancer.

CTA POSSIBLE :
Encourage tes lectrices à mettre cette méthode en pratique puis à te partager leur expérience en répondant directement à ton email. Tu peux également les inviter à découvrir une ressource pour aller plus loin.

8 - Répondre à une question fréquente

OBJECTIF :
Apporter de la valeur à tes lectrices en leur montrant ton expertise et ta capacité à répondre à leurs préoccupations.

COMMENT LA REDIGER ?
Choisis une question qui revient souvent dans les échanges avec ton audience ou auprès de tes clientes. Commence par expliquer pourquoi cette question est légitime afin de rassurer et de créer un lien de proximité. Ensuite, apporte une réponse claire, simple, mais étayée par des faits, ton expérience ou ton expertise pour renforcer ta crédibilité.

CTA POSSIBLE :
Invite tes lectrices à partager leur expérience ou leurs propres interrogations en répondant directement à ton mail. Tu peux également leur proposer de t'envoyer une question sur laquelle elles aimeraient avoir ton éclairage.

9 - Déconstruire une idée reçue

OBJECTIF :
Captiver l'attention de tes lectrices et les amener à réfléchir différemment à une idée qu'elles considèrent peut-être comme une évidence.

COMMENT LA REDIGER ?
Sélectionne une idée reçue qui circule dans ton domaine ou qui concerne directement les problématiques de ton audience. Explique pourquoi cette idée est si répandue et pourquoi elle peut sembler vraie. Ensuite, opère un retournement en montrant pourquoi elle mérite d'être nuancée ou remise en question. Appuie-toi sur ton expertise, ton expérience ou des faits pour offrir une nouvelle perspective.

CTA POSSIBLE :
Encourage tes lectrices à approfondir cette réflexion en leur proposant de découvrir un contenu complémentaire : article, vidéo, podcast, ressource ou tout autre support pertinent.

10 - Faire une comparaison

OBJECTIF :
Aider tes lectrices à prendre du recul sur les différentes solutions qui s'offrent à elles afin qu'elles puissent faire un choix plus éclairé et adapté à leur situation.

COMMENT LA REDIGER ?
Choisis deux méthodes, deux approches ou deux solutions qui répondent à une même problématique. Présente leurs points forts, leurs limites et indique dans quelles situations chacune est la plus pertinente. Tu peux également comparer ta propre approche à une autre, à condition de rester objective et en insistant sur le fait qu'il n'existe pas forcément une solution unique adaptée à toutes.

CTA POSSIBLE :
Propose à tes lectrices un outil ou un contenu qui peut les aider à faire leur choix : quiz, checklist, tableau comparatif, article, vidéo ou autre ressource pertinente.

L'idée 7 version classique :
Fais une liste de tes priorités chaque matin.

L'angle copy :
Si ta Todo List déborde avant même le début de ta journée, le problème n'est pas ton organisation. C'est probablement que tu essaies de tout faire rentrer dans ta journée.

Souviens-toi :
Tu n'as pas besoin de tout dévoiler pour démontrer ton expertise.

03

CRÉER DU DÉSIR & SUSCITER L'ENVIE

5 idées pour provoquer le déclic du changement chez tes lectrices



11 - Montrer une transformation

OBJECTIF :
Montrer que le changement est possible et aider tes lectrices à se projeter dans une évolution concrète de leur situation.

COMMENT LA REDIGER ?
Commence par décrire une situation « avant » : la frustration, le doute, la difficulté. Ensuite, dévoile ce qui a changé : une prise de conscience, une nouvelle méthode, une décision ou un accompagnement qui a permis cette évolution. Insiste sur les différences entre les deux états, en mettant en lumière ce que cette transformation a apporté concrètement (plus d'énergie, de confiance, de résultats,...). L'idée est de rendre réel qu'une situation peut évoluer et d'inspirer tes lectrices à imaginer leur propre changement.

CTA POSSIBLE :
Invite tes lectrices à découvrir une autre transformation à travers une ressource : vidéo, témoignage, étude de cas ou autre contenu pertinent.

12 - Raconter l'histoire d'une cliente

OBJECTIF :
Créer de l'identification en permettant à tes lectrices de se reconnaître dans le parcours d'une cliente et de se projeter dans une situation similaire.

COMMENT LA REDIGER ?
Partage l'histoire d'une de tes clientes. Commence par décrire sa situation initiale : ses problématiques, ses frustrations, ses peurs et ses doutes. Ensuite, raconte le moment clé où quelque chose a changé pour elle : sa prise de conscience. Explique ce qui l'a déclenchée et quelles décisions elle a prises par la suite. Retrace les principales étapes de son parcours en montrant son évolution jusqu'à la situation qu'elle souhaitait atteindre. N'hésite pas à évoquer ses difficultés ou ses hésitations en chemin pour rendre son histoire authentique et crédible.

CTA POSSIBLE :
Invite tes lectrices à découvrir le témoignage complet de cette cliente ou une autre ressource qui permet d'en savoir plus sur son parcours.

13 - Décrire la situation idéale

OBJECTIF :
Aider tes lectrices à se projeter dans une vie qu'elles désirent et à faire naître un désir de changement.

COMMENT LA REDIGER ?
Imagine une journée parfaite dans cette nouvelle réalité. Raconte ce qu'elles font, ce qu'elles ressentent, et ce qui a changé dans leur quotidien. Sois précise : décris les gestes, les sensations, les émotions comme la joie, la fierté, la sérénité. L'idée n'est pas d'expliquer comment atteindre cette situation, mais plutôt de leur faire ressentir ce que cela pourrait leur apporter, de leur donner envie d'y arriver.

CTA POSSIBLE :
Invite tes lectrices à partager avec toi la situation idéale qu'elles aimeraient vivre ou leurs désirs les plus profonds.

14 - Faire ressentir les bénéfices

OBJECTIF :
Faire prendre conscience à tes lectrices de tout ce qu'un changement peut leur apporter, bien au-delà du résultat immédiat.

COMMENT LA REDIGER ?
Choisis un résultat concret que tes clientes peuvent obtenir grâce à ton accompagnement. Ensuite, va plus loin en illustrant ses impacts dans leur quotidien : ce que cela change dans leur façon de se sentir, de penser, d'agir ou dans leurs relations. L'idée est de ne pas simplement énumérer les bénéfices, mais de les rendre concrets en montrant ce qu'ils peuvent véritablement changer dans leur vie.

CTA POSSIBLE :
Invite tes lectrices à découvrir ton accompagnement si elles veulent obtenir ce résultat et ressentir ces bénéfices en profondeur.

15 - Partager une réussite ou une petite victoire

OBJECTIF :
Montrer à ton audience qu'un changement est possible et qu'il peut commencer par une petite victoire.

COMMENT LA REDIGER ?
Raconte une réussite, qu'elle soit petite ou grande, qu'elle te concerne ou concerne l'une de tes clientes. L'essentiel est de montrer concrètement comment cette victoire a été possible. Décris les différentes étapes pour y parvenir, notamment les efforts, les hésitations ou les difficultés que personne ne voit habituellement. Tu peux également expliquer ce que cette réussite a permis de débloquer ou de rendre possible ensuite.

CTA POSSIBLE :
Propose une ressource en lien avec la réussite présentée ou invite tes lectrices à découvrir ton accompagnement si elles souhaitent obtenir un résultat similaire. Tu peux également ne pas ajouter de CTA : certaines newsletters peuvent simplement avoir pour objectif de créer du désir et de renforcer la confiance.

L'idée 14 version classique :
Tu gagneras en confiance.

L'angle copy :
Tu n'auras plus besoin d'attendre 3 jours et de relire ton mail une dizaine de fois avant de cliquer sur Envoyer. Tu sauras quoi dire, comment le dire et pourquoi tu le dis !

Souviens-toi :
Ne parle pas seulement de ce que tu proposes.
Aide ta lectrice à imaginer ce que le changement pourrait lui apporter.

04 FIDÉLISER & MAINTENIR L'ENGAGEMENT

5 idées pour entretenir un lien fort et durable avec ton audience



16 - Partager une recommandation personnelle

OBJECTIF :
Renforcer la confiance de ton audience en lui partageant une ressource ou une découverte qui a eu un impact positif pour toi.

COMMENT LA REDIGER ?
Sélectionne un livre, un podcast, un outil, une méthode ou une découverte que tu souhaites recommander. Explique pourquoi tu l'apprécies et, surtout, ce qu'elle t'a apporté concrètement. N'hésite pas à raconter comment tu l'as découverte, dans quel contexte tu l'as utilisée et pourquoi tu penses qu'elle pourrait être intéressante pour ton audience.

CTA POSSIBLE :
Partage le lien vers la ressource recommandée et propose éventuellement d'autres ressources sur le même sujet pour permettre à tes lectrices d'aller plus loin.

17 - Donner un aperçu de ta personnalité

OBJECTIF :
Partager une partie de toi pour créer de la proximité avec ton audience et lui permettre de mieux connaître la personne derrière ton activité.

COMMENT LA REDIGER ?
Choisis une facette de ta personnalité : une de tes lubies, un rêve, une passion, ou même un défaut que tu acceptes de partager. Raconte cette facette en expliquant pourquoi elle est importante pour toi, d'où elle vient ou ce qu'elle dit de toi. L'idée est d'offrir un regard authentique sur qui tu es, en dépassant ton rôle d'experte pour renforcer la connexion et l'engagement.

CTA POSSIBLE :
Tu n'es pas obligée d'ajouter un CTA. Si tu le souhaites, tu peux inviter tes lectrices à partager à leur tour une facette de leur personnalité avec toi.

18 - Faire participer ton audience

OBJECTIF :
Booster l'engagement de ta communauté en lui donnant envie d'interagir, que ce soit à travers un défi, un concours ou un sondage.

COMMENT LA REDIGER ?
Propose une activité qui motive tes lectrices à participer activement : un défi, un jeu, un concours ou un sondage. Adapte le format à ton objectif : renforcer l'engagement, mieux connaître ton audience, recueillir des avis ou encore tester une idée. N'hésite pas à montrer l'exemple en participant toi-même ou en partageant les résultats sur tes réseaux sociaux pour encourager la participation.

CTA POSSIBLE :
Invite tes lectrices à relever le défi, à participer au concours ou à répondre au questionnaire. Pour un défi, tu peux aussi leur proposer de partager leur participation sur leurs réseaux sociaux avec un hashtag dédié, afin de créer un vrai effet de communauté.

19 - Faire un bilan ou une rétrospective

OBJECTIF :
Partager un moment, une expérience, ou un projet pour transmettre tes enseignements avec ton audience et créer de la proximité.

COMMENT LA REDIGER ?
Sélectionne une période de ta vie, une expérience marquante, ou un projet que tu as mené. Raconte brièvement le contexte et explique comment tu as vécu cette étape : ce qui a fonctionné, ce qui a été plus difficile et surtout ce que tu en retiens aujourd'hui. N'hésite pas à partager plusieurs enseignements, prises de conscience ou changements de perspective que cette expérience t'a apportés.

CTA POSSIBLE :
Propose une ressource en lien avec l'un des enseignements abordés ou, si le bilan concerne un projet, invite tes lectrices à découvrir la suite de celui-ci. Tu peux également ne pas ajouter de CTA et laisser simplement cette rétrospective nourrir la relation avec ton audience.

20 - Répondre à une question d'une lectrice

OBJECTIF :
Renforcer la proximité avec ton audience tout en apportant une réponse concrète à une problématique que tes lectrices peuvent rencontrer.

COMMENT LA REDIGER ?
Choisis une question qu'une de tes lectrices t'a posée par mail, en commentaire ou sur les réseaux sociaux. Présente brièvement sa problématique, puis apporte ta réponse, ton éclairage ou tes conseils. Si cette question peut concerner d'autres personnes de ton audience, explique pourquoi elle mérite d'être abordée en détail.

CTA POSSIBLE :
Invite tes lectrices à t'envoyer leurs questions pour les prochaines newsletters afin de continuer à créer du lien et à répondre à leurs attentes.

L'idée 17 version classique :
J'adore lire. Je lis beaucoup et j'aime découvrir de nouveaux livres.

L'angle copy :
Un de mes grands plaisirs de vacances, c'est la lecture ! Et je t'avoue que ce que je trouve le plus kiffant, c'est le choix du livre. J'adooore entrer dans une librairie, flâner dans les rayons, toucher les livres du bout des doigts...

Souviens-toi :
Une audience engagée n'est pas seulement une audience qui lit : c'est une audience qui veut rester en contact avec toi.

05

INCITER À L'ACTION

5 idées pour aider tes lectrices à sauter le pas



21 - Donner une petite action immédiate

OBJECTIF :
Faire réaliser à tes lectrices une action simple et concrète dès maintenant pour amorcer un changement positif.

COMMENT LA REDIGER ?
Choisis une action simple, facile à mettre en place et qui peut sembler anodine au premier abord. Encourage ensuite tes lectrices à la reproduire pendant quelques jours ou quelques semaines afin qu'elles puissent observer ce que cela change concrètement dans leur quotidien et en ressentir les bénéfices.

CTA POSSIBLE :
Invite tes lectrices à passer à l'action dès maintenant et propose-leur une ressource complémentaire si elles souhaitent aller plus loin.

22 - Créer un sentiment d'urgence

OBJECTIF :
Aider tes lectrices à comprendre pourquoi il est pertinent d'agir maintenant plutôt que de repousser une décision ou une action.

COMMENT LA REDIGER ?
Identifie une situation dans laquelle repousser une décision peut avoir des conséquences, générer un inconfort ou faire manquer une opportunité. Explique concrètement ce qui peut se passer si rien ne change et pourquoi le moment présent est idéal pour agir. L'objectif n'est pas de créer de la peur ou de mettre la pression, mais d'aider tes lectrices à prendre conscience du coût de l'inaction.

CTA POSSIBLE :
Invite tes lectrices à faire dès maintenant la première étape nécessaire pour avancer ou propose-leur une ressource qui peut les aider à passer à l'action.

23 - Faire prendre conscience d’un problème

OBJECTIF :
Mettre en lumière un comportement, une croyance ou une situation qui freine tes lectrices, afin de déclencher une prise de conscience.

COMMENT LA REDIGER ?
Identifie une petite habitude qui peut sembler anodine au quotidien, mais qui peut avoir un impact plus important qu’on ne l’imagine. Explique pourquoi elle peut freiner l’évolution de tes lectrices et quelles conséquences elle peut avoir à long terme. L’idée est de leur permettre de prendre conscience d’un comportement qu’elles ne percevaient peut-être pas comme problématique jusqu’à présent.

CTA POSSIBLE :
Encourage tes lectrices à observer leurs propres habitudes et à repérer celles qu’elles pourraient faire évoluer.

24 - Oser faire autrement

OBJECTIF :
Encourager tes lectrices à sortir de leurs habitudes et à expérimenter une autre façon d’agir pour atteindre leur objectif.

COMMENT LA REDIGER ?
Pars d’une façon de faire très répandue dans ton domaine. Explique pourquoi elle est généralement utilisée, puis mets en avant une approche alternative. Présente cette nouvelle option en précisant concrètement ses bénéfices et dans quelles situations elle peut être pertinente. L’idée est de leur donner envie d’expérimenter plutôt que de simplement leur dire qu’elles font les choses « mal ».

CTA POSSIBLE :
Invite-les à se questionner sur pourquoi elles font les choses d’une certaine manière et ce qu’elles pourraient essayer de faire différemment.

25 - Montrer les coulisses d'un passage à l'action

OBJECTIF :
Montrer à tes lectrices que passer à l'action n'est pas toujours évident, mais qu'il est possible d'avancer malgré les hésitations et les obstacles.

COMMENT LA REDIGER ?
Raconte comment toi ou l'une de tes clientes avez décidé de mettre en place un changement. Cette fois, tu vas montrer ce qui s'est réellement passé entre l'intention et l'action. Partage le déclic qui a permis de se lancer, les premières hésitations et les obstacles rencontrés en chemin. Termine en montrant ce que ce passage à l'action a permis de débloquer ou d'ouvrir comme nouvelles possibilités.

CTA POSSIBLE :
Invite tes lectrices à réfléchir à une action qu'elles repoussent actuellement et à identifier ce qui pourrait les aider à passer de l'intention à l'action.

L'idée 21 version classique :
Prends 5 minutes aujourd'hui pour réfléchir à ce que tu veux vraiment.

L'angle copy :
Avant de fermer cet email, prends une feuille et écris en haut : « Ma journée de demain serait parfaite si… »
Puis, sans trop réfléchir, écris ce qui pourrait faire que ta journée soit réussie.

Souviens-toi :
Une bonne newsletter ne fait pas qu'informer, elle donne surtout envie de faire un pas.

06

PRÉPARER LE TERRAIN POUR UNE VENTE

5 idées pour amener tes offres avec subtilité dans tes emails



26 - Montrer pourquoi le problème persiste

OBJECTIF :
Répondre à la question : « J'ai déjà essayé plein de choses, alors pourquoi rien ne change ? »

COMMENT LA REDIGER ?
Identifie une problématique pour laquelle tes lectrices ont probablement déjà testé plusieurs solutions sans obtenir les résultats espérés. Explique pourquoi ces tentatives n'ont pas fonctionné en mettant en lumière ce qui peut réellement bloquer l'évolution. Montre ensuite en quoi ton approche permet de répondre à ces limites et d'aborder le problème différemment.

CTA POSSIBLE :
Partage un lien vers les témoignages de tes clientes pour montrer concrètement les résultats obtenus grâce à ton accompagnement.

27 - Faire prendre conscience du coût du statu quo

OBJECTIF :
Répondre à la question : « Que me coûte cette situation si je ne change rien ? »

COMMENT LA REDIGER ?
Identifie une situation dans laquelle tes lectrices peuvent se reconnaître et montre ce qu'elle peut leur coûter au quotidien si rien n'évolue. Ce coût n'est pas nécessairement financier : il peut être physique, émotionnel, organisationnel, relationnel ou encore lié au temps et à l'énergie. L'idée est de rendre visibles des conséquences qu'elles ne perçoivent pas forcément afin de leur faire réaliser l'intérêt d'un changement.

CTA POSSIBLE :
Invite tes lectrices à identifier ce que leur situation actuelle leur coûte et à réfléchir à ce qu'elles aimeraient changer en priorité.

28 - Montrer que savoir ne suffit pas toujours

OBJECTIF :
Répondre à la question : « Je sais ce que je devrais faire et mettre en place, mais je n'y arrive pas … pourquoi ? »

COMMENT LA REDIGER ?
Explique à tes lectrices qu'il est possible de savoir ce qu'il faudrait faire sans réussir pour autant à le mettre en pratique. Identifie les freins ou les mécanismes qui peuvent rendre le passage à l'action difficile et montre pourquoi ils peuvent l'empêcher d'avancer, même lorsqu'elles connaissent la solution. Donne ensuite quelques clés pour les identifier et commencer à les dépasser.

CTA POSSIBLE :
Invite tes lectrices à partager une situation dans laquelle elles savaient ce qu'elles devaient faire, mais avaient du mal à passer à l'action, et ce qui les a finalement aidées à avancer.

29 - Montrer pourquoi une solution personnalisée peut faire la différence

OBJECTIF :
Répondre à la question : « Pourquoi une solution personnalisée serait-elle la réponse à mon problème ? »

COMMENT LA REDIGER ?
En partant d'une problématique connue de ton audience, montre à tes lectrices que deux personnes peuvent rencontrer le même problème, mais qu'elles peuvent avoir des besoins très différents. Explique-leur pourquoi une réponse adaptée et sur-mesure peut être plus pertinente qu'une solution générique et mieux répondre à leur situation.

CTA POSSIBLE :
Invite-les à se questionner sur ce qu'un regard extérieur et un accompagnement personnalisé pourraient leur apporter dans leur propre situation.

30 - Montrer ce qui rend ton accompagnement unique

OBJECTIF :
Répondre à la question : « Pourquoi est-ce que je devrais choisir ton accompagnement ? »

COMMENT LA REDIGER ?
Mets en avant ce qui rend ton accompagnement particulier : ta méthode, ton approche, ton expérience, tes valeurs ou encore ta manière de travailler. Explique ce qui te différencie des autres solutions disponibles et pourquoi cette façon de faire peut être particulièrement adaptée aux besoins de tes clientes. L'idée n'est pas de dire que ton accompagnement est meilleur que les autres, mais de permettre à tes lectrices de comprendre ce qui le rend unique et de déterminer s'il correspond à leurs attentes.

CTA POSSIBLE :
Invite tes lectrices à découvrir ton accompagnement plus en détail ou à prendre contact avec toi pour voir s'il correspond à leurs besoins.

L'idée 28 version classique :
Pour que ta vie change, tu dois changer quelque chose.

L'angle copy :
Tu es devenue une pro ! Les conseils que tu donnes à tes amies tombent toujours juste. Et pourtant, quand il s'agit de toi, tu as du mal à appliquer tes conseils. Tu sais, au plus profond de toi, que quelque chose doit changer. Mais tu ne sais pas quoi, ou tu n'as pas le courage de le faire... alors tu continues...

Souviens-toi :
La vente devient logique quand ta lectrice fait le lien entre ce qu'elle vit, la solution accessible et ton accompagnement.

La Checklist de ta prochaine newsletter

Avant d'envoyer ta newsletter, prends quelques minutes pour vérifier ces 5 points :

- [ ] Mon email développe **une seule idée**
- [ ] Le début donne envie de **continuer la lecture**
- [ ] Je parle à **mon audience**, avec ses mots et ses problématiques
- [ ] J'apporte **quelque chose d'utile ou d'intéressant**
- [ ] Ma newsletter se termine par **une action claire ou une ouverture vers la suite**

Si tu coches toutes les cases, tu peux l'envoyer !

Si un point te semble flou ou incomplet,
prends quelques minutes pour retravailler ton email avant de passer à l'envoi.

Ton plan d'action

Tu as maintenant 30 idées de newsletters. Il ne te reste plus qu'à passer à l'action !

01

Choisis ton idée

Parcours les 30 idées et sélectionne celle qui te donne le plus envie d'écrire aujourd'hui.

02

Note ton idée principale

Avant de commencer à rédiger, demande-toi :
« Qu'est-ce que j'ai envie que ma lectrice retienne de cette newsletter ? »
Note ta réponse en une ou deux phrases.

03

Rédige sans chercher la perfection

Développe ton idée, raconte ton histoire, partage ton point de vue ou apporte ta solution.
Écris comme si tu t'adressais directement à une personne de ton audience.
Ne cherche pas à tout dire, souviens-toi :
une newsletter = une idée.

04

Relis avec la checklist

Avant l'envoi, vérifie les 5 points de la checklist précédente.
Si tout est bon, ne passe pas une heure de plus à modifier chaque phrase.

05

Envoie-la !

C'est le plus important.
Une newsletter utile, sincère et envoyée vaut mieux qu'une newsletter parfaite qui reste dans tes brouillons.

N'oublie pas que l'objectif n'est pas d'écrire la newsletter parfaite. C'est de créer, email après email, une vraie relation avec les personnes qui te lisent.

Et si on écrivait la suite ensemble ?



Tu as maintenant 30 idées pour ne plus te retrouver devant une page blanche.

Mais une idée, ce n'est que le début.

Le plus difficile, c'est souvent la suite : trouver les mots justes, le bon angle,... et le temps de tout écrire !

C'est là que je peux t'aider.

Je suis Koulma, copywriteuse pour femmes entrepreneures.

J'aide celles qui accompagnent les femmes à trouver les mots qui leur ressemblent, pour mieux communiquer leur valeur et attirer les clientes qui leur correspondent.

Pages de vente · Newsletters · Séquences emails

Envie d'en parler ?

Réserve un échange découverte de 20 min

Pas encore prête ? Retrouve-moi sur Instagram @koulma.copy_ Je partage des conseils d'écriture pour les femmes entrepreneures.

Koulma Copy

Copywriting pour femmes entrepreneures