

Chère rédactrice, cher rédacteur,

Merci de votre intérêt pour cette mission, avant de vous présenter les détails et exigences, permettez-moi de vous introduire le contexte :

Je suis l'auteur de la Newsletter les "Aventures du Sixième Sens". Une newsletter gratuite qui traite de sujets dans le domaine de l'énergie, de l'ésotérisme, de la spiritualité, des sixièmes sens et plus précisément : *magnétisme, clairvoyance, clairaudience, vision à distance, communication avec les Anges, communication avec les animaux, lectures akashiques, loi de l'attraction, vision de l'aura, intuition, sourcier/géobiologue, télépathie, voyage astral, géométrie sacrée...*

Des milliers de lecteurs lisent et suivent attentivement mes aventures, je leur transmets mes expériences, mes essais, échecs et réussites.

Mes lecteurs me connaissent assez bien et nous entretenons une relation de confiance !

Que ce soit des connaissances, des expériences, un avis sur un sujet ou des exercices faciles à faire chez eux...

Mes lecteurs finissent leur lecture en ayant appris ou vécu quelque chose.

Je cherche à leur faire vivre une expérience !

C'est pourquoi, si je décide de vous déléguer la rédaction de ces lettres, j'attends de vous que vous puissiez être ma plume.

Écrire comme j'écris. Vivre les choses comme je les vis.

À première vue, cela peut sembler compliqué, mais pas d'inquiétude, je reste tout de même tolérant et je vais partager avec vous de nombreux emails (voir plus bas) pour que vous puissiez vous imprégner de mon style.

Maintenant, rentrons dans le vif du sujet.

LA MISSION :

La rédaction d'e-mails d'édito sur des sujets que je vous donnerai.

Bien que je vous donne un fil conducteur, vous êtes totalement libre de me proposer des sujets, des angles de rédaction ou autres.

Faites place à votre créativité, vraiment !!

La seule chose que j'attends est que le style de rédaction respecte quelques règles qui ne sont pas compliquées :

LES RÈGLES À RESPECTER :

Règle numéro 1 : Écrivez comme vous parlez, exprimez-vous à l'écrit comme si vous le faisiez à l'oral.

Règle numéro 2 : Vous écrivez de la première personne "je" à la deuxième personne du pluriel "vous".

Règle numéro 3 : UN SUJET par email, UNE ligne directrice par email, UNE IDÉE par phrase, UNE PHRASE par ligne.

Règle numéro 4 : Toujours énumérer un ou des bénéfices pour le lecteur à lire l'email

Règle numéro 5 : Faites de phrases courtes et simples à comprendre pour tout le monde.

Règle numéro 6 : Écrivez de manière fluide, agréable, facile à lire, avec des mots et des phrases simples. Donnez du "peps" à vos rédactions.

Règle numéro 7 : Utilisez des preuves pour appuyer vos propos. Cela peut être la propre expérience de l'auteur, celle d'autres personnes, la science, la médecine, quelqu'un avec une autorité, les chiffres, les médias, les témoignages, l'évidence, une image, le fonctionnement d'un mécanisme.

Règle numéro 8 : Faire un retour à la ligne et au saut de ligne à la fin de chaque phrase. comme une lettre de vente utilisant des règles de copywriting.

Règle numéro 9 : Les emails doivent faire entre 600 et 800 mots obligatoirement

Règle numéro 10 : Toujours avoir un avis sur le sujet qui est traité

Également, si vous souhaitez imager quelque chose avec une expérience que j'aurais pu faire. Écrivez à l'endroit où doit se trouver l'image *"IMAGE : détailler ce que je dois faire"*.

N'hésitez pas à m'en parler avant pour que je puisse vous dire ce qui est possible.

Pour conclure, toutes ces règles sont en lien direct avec les 3 parasites de la rédaction que sont :

L'ennui - si ce que vous racontez est mal écrit, que c'est "chiant" ou que vous avez écrit un pavé "imbuvable"... le lecteur clique sur la petite croix en haut à droite et quitte à jamais. C'est la pire des choses... Pour éviter l'ennui avec une rédaction, écrivez de manière fluide, agréable, facile à lire, avec des mots et des phrases simples.

Le scepticisme - Si la personne ne vous croit pas, elle part. Utilisez de la spécificité, des preuves pour appuyer vos propos. Cela peut être sa propre expérience, celle d'autres personnes, la science, la médecine, quelqu'un avec une autorité, les chiffres, les médias, les témoignages, l'évidence, une image, un mécanisme, etc.

La confusion - Si le lecteur ne comprend pas ce que vous voulez dire, il part. Une seule idée, une seule ligne directrice, les digressions peuvent exister mais à condition qu'elles restent cohérentes, simples et courtes. Éliminez le superflu et ce qui n'a pas sa place. Cela peut demander de dire "non" à certaines choses/infos/idées parfois, mais ce n'est pas grave, cela peut faire l'objet d'une autre rédaction.

Maintenant que les règles sont claires, comprenez bien qu'il ne s'agit pas de vous enfermer dans une case ou de réduire votre créativité...

Bien au contraire !

En respectant ces règles, c'est le meilleur moyen d'arriver à communiquer votre créativité et qu'elle puisse être comprise du public.

Si vous n'êtes pas habitué à écrire de cette manière, cela prendra un petit temps d'adaptation puis tout sera très fluide par la suite. Pas d'inquiétude !

Je suis là pour vous corriger et vous aider aussi, **n'hésitez pas à me solliciter !**

Les premiers emails que je vais vous demander seront un test pour évaluer votre niveau, autant sur la rédaction que sur votre aisance des sujets.

Pour m'envoyer les travaux, tout se fera sur le document Drive.