

Quelle est l'utilité d'un copywriter ?

Le copywriter est au cœur de la communication et du marketing digital. Il possède un réel savoir-faire d'écriture pour le web. Comme son nom l'indique, un copywriter est un concepteur-rédacteur, plus précisément un rédacteur de pages, un rédacteur de contenus. Il conçoit et rédige des textes, mais avant de rédiger quoique ce soit, le copywriter agit comme un télépathe, c'est-à-dire qu'il va avant tout essayer de comprendre ce qui se passe dans la tête des gens pour s'assurer de créer du contenu accrocheur, dans le but de vendre. Il a pour rôle majeur de persuader un prospect à se convertir en client. Pour mener à bien ce rôle, Le copywriter devra se poser plusieurs questions : " Qu'est ce que le lecteur doit en tirer de cet article ? " "Quels termes dois-je employer pour le pousser à l'achat ? " "Quelle est la véritable action qui doit en découler de sa part ? " "Comment doit-il appréhender cette page de vente ? "etc...

C'est le copywriter qui alimente l'internet d'aujourd'hui. Il pense les paragraphes d'un site internet mot par mot, il rédige pour des clients en ayant le souci du détail et fait preuve de créativité en travaillant sur plusieurs supports. Il sait se montrer empathique à travers ses messages et se doit d'être transparent envers les clients.

Ses principales missions sont de :

1. CHOISIR SA CIBLE DE COEUR → analyser les profils clients, connaître leurs habitudes d'achats, leurs usages et préférences sur internet afin de choisir le bon vecteur de communication et sa stratégie d'argumentation.
2. CRÉER DE LA PUBLICITÉ → tout contenu est créé dans le but de générer des ventes, de faire de la promotion par la conception et la rédaction des campagnes digitales
3. AMÉLIORER L'IMAGE DE MARQUE → créer une charte éditoriale, imaginer un slogan, positionner la marque.
4. CRÉER DU LEAD MAGNET → générer des prospects, créer une base de prospects, optimisation SEO
5. RÉDIGER DU CONTENU → Newsletters (séquence de bienvenue, de lancement, etc...), Site internet (rédactions d'entonnoirs de ventes, infoproduit, page de vente, page de remerciement...), Articles, créer des slogans , rédiger des textes impactants
6. CONVERTIR LES PROSPECTS EN CLIENTS → marketing de contenu, création de newsletters, relance mail
7. FAIRE DU COMMUNITY MANAGEMENT → social média, gérer et créer une communauté et surtout VENDRE.
8. ANALYSEZ LE CONTENU DES CONCURRENTS → veille stratégique, veille concurrentielle et veille créative, veille informative.
9. AUDIT : RELECTURE ET CORRECTION → sites, articles, mails

Pourquoi faut-il faire appel à un copywriter ?

→ Pourquoi est-ce important ?

Le copywriter répond à un besoin de communication. Son travail est de faire du copywriting, qui est un élément fondamental pour les entreprises en quête de visibilité.

Le copywriter n'est pas un écrivain qui invente des histoires. C'est un expert en marketing qui use de ses compétences rédactionnelles pour générer des ventes d'un produit généralement. Tout le monde écrit sur internet, d'où l'importance de se démarquer du point de vue écrit. L'écriture est le fruit même du développement des sites, des blogs et des applications que l'on retrouve sur le net. La vente du produit passe par l'écriture. La description du produit ou du service ne doit pas être mensongère mais doit donner au lecteur l'envie d'acheter : c'est ce qu'on appelle l'écriture persuasive ou la persuasion par l'écriture. Et pour les convaincre de passer à l'acte d'achat, le copywriter déploie toute une stratégie créative de rédaction qui assure à l'entreprise une croissance sur le long terme mais pas seulement :

- Le copywriter permet à l'entreprise de se démarquer de la concurrence en renouvelant si besoin sa ligne éditoriale pour offrir aux lecteurs un contenu de qualité
- C'est lui qui se charge de comprendre les freins et motivations à l'achat de la cible afin de concevoir et adapter au mieux une stratégie marketing
- Il sait retenir l'attention des clients et renforcer les liens avec les prospects

Le copywriter peut travailler dans tous types de secteurs, bien qu'il soit très demandé dans le domaine du digital où il permet à l'entreprise d'adopter une approche créative. Il peut être à son compte et travailler pour plusieurs clients afin de répondre à leurs besoins de communication.

Ainsi, faire appel à un copywriter c'est gagner du temps pour l'entreprise en lui confiant la gestion de sa ligne éditoriale, de la conception à la rédaction de contenus.

Avec les besoins de communications qui ne cessent d'évoluer, le copywriter tout comme les métiers du numérique s'assure une place dans les métiers d'avenir.