



Écrire pour Convaincre : Le Guide Ultime du Copywriting

# Numéro	126
# Saison	4
📅 Publication	@02/07/2024

Intro du Podcast

Bienvenue dans La Potion, le podcast qui vous révèle les secrets des marques mémorables ! Je suis Miguel Clemente, et comme toujours, je suis accompagné de Manon Thiriet, avec qui j'ai co-fondé le studio de design Hermits.

En rejoignant notre podcast, vous recevrez toutes les deux semaines dans vos deux jolies oreilles tout ce qu'il faut pour prendre une longueur d'avance sur la concurrence. On vous dévoile ici des raccourcis précieux et des stratégies de marques bien gardées que nous mettons en oeuvre pour nos propres clients. Notre mission : vous faire gagner du temps, beaucoup de temps, et surtout, vous faire passer du bon temps en notre compagnie !

Aujourd'hui, nous allons tout vous dévoiler pour enfin écrire des textes de sites web dignes de ce nom ! Restez avec nous, car ce que nous allons partager pourrait bien transformer la façon dont vous interagissez avec votre audience.

Salutations

Bonjour Miguel, salut Manon.



Introduction au Sujet

Définition de l'écriture conversationnelle et Importance dans le contexte numérique

Miguel : Bon, après cette histoire de Marc, on va rentrer dans le vif du sujet. L'écriture conversationnelle, c'est... comment dire ? C'est à la fois un art et une science. En fait, on essaie de transformer la façon dont on conçoit nos interfaces numériques, nos sites webs, nos applications. Au lieu de simplement transmettre des infos, ce que l'on cherche c'est créer un vrai dialogue avec les utilisateurs. Et ça, ça implique de repenser notre façon de communiquer, d'adopter un ton plus... plus naturel, plus humain. C'est comme si on donnait une personnalité à notre site web, vous voyez ?

Manon : Tout à fait. Et l'écriture conversationnelle va au-delà d'un simple changement de ton. C'est une approche qui place l'utilisateur au centre de l'expérience. On essaie d'anticiper les questions, les doutes, voire les frustrations potentielles de nos utilisateurs, et d'y répondre de manière... eh bien, proactive et bienveillante. Ça peut se manifester de diverses façons : des messages d'erreur plus compréhensifs, des instructions plus claires, ou même parfois une touche d'humour bien placée. L'objectif, c'est de créer une expérience fluide et agréable, où l'utilisateur se sent guidé et... et soutenu à chaque étape.

Miguel : Exactement, Manon. Et si on parlait de l'importance de cette approche dans notre contexte numérique actuel ? Je veux dire, on vit à une époque où les interactions en ligne sont... partout, non ? Que ce soit pour faire nos courses, gérer nos finances, ou même consulter un médecin, on passe une bonne partie de notre vie à interagir avec des interfaces numériques.

Manon : Et c'est là que l'écriture conversationnelle devient vraiment cruciale. Dans ce paysage numérique on essaie de recréer, dans une certaine mesure, la chaleur et l'empathie qu'on pourrait trouver dans une interaction en face à face. C'est particulièrement important quand on sait que la confiance est un facteur clé dans la décision d'un utilisateur de continuer à utiliser un service ou de faire un achat en ligne.

Miguel : Et j'ajouterais que dans un marché numérique de plus en plus... saturé,

où les fonctionnalités des produits ont tendance à se ressembler, la manière dont on communique avec nos utilisateurs peut vraiment faire la différence. Une interface qui parle à l'utilisateur de manière claire et engageante, ça peut être un vrai avantage concurrentiel, tu ne crois pas ?

Manon : Absolument. Et n'oublions pas qu'à l'ère des réseaux sociaux, les consommateurs partagent facilement leurs expériences, bonnes ou mauvaises. Offrir une expérience utilisateur supérieure grâce à une écriture conversationnelle bien pensée, ça peut se transformer en un puissant outil de... de marketing viral, en quelque sorte. C'est devenu un élément essentiel de toute stratégie numérique bien conçue.

Pourquoi faire parler les produits numériques ?

Impact sur l'expérience utilisateur et Connexion émotionnelle avec la marque

Miguel : Maintenant qu'on a défini l'écriture conversationnelle, parlons de l'importance de faire parler nos produits numériques. C'est un aspect crucial qui change vraiment la donne pour l'expérience utilisateur. Quand on y pense, nos interfaces numériques sont souvent le premier... et parfois le seul point de contact entre notre marque et nos utilisateurs. En leur donnant une voix plus humaine, on transforme complètement cette interaction. Ce n'est plus juste un échange d'informations froid et impersonnel, mais une véritable conversation. Ça peut sembler un détail, mais... en fait, ça change tout. Les utilisateurs se sentent plus à l'aise, plus en confiance. Ils ont l'impression qu'on les comprend, qu'on anticipe leurs besoins. Et ça, ça a un impact énorme sur la façon dont ils perçoivent et utilisent notre produit.

Manon : Tout à fait. Et cet impact sur l'expérience utilisateur va bien au-delà d'une simple amélioration cosmétique. L'écriture conversationnelle transforme véritablement la relation entre l'utilisateur et le produit. Quand un site web ou une application "parle" de manière plus humaine, ça crée une connexion émotionnelle. Les utilisateurs sont plus enclins à explorer le produit en profondeur, à l'utiliser régulièrement, et même à le recommander à leurs proches. On a vu des cas où le simple fait de rendre les messages d'erreur plus... sympathiques et compréhensifs a considérablement réduit les taux

d'abandon. Ou encore, des applications qui ont vu leur engagement augmenter de manière significative après avoir adopté un ton plus conversationnel dans leurs notifications. C'est comme si on donnait une personnalité à notre produit, une personnalité à laquelle les utilisateurs peuvent s'attacher et faire confiance.]

Miguel : C'est fascinant de voir à quel point le langage peut influencer le comportement des utilisateurs. En fait, l'écriture conversationnelle joue un rôle clé dans la création d'une expérience utilisateur fluide et agréable. Elle permet de guider l'utilisateur de manière plus naturelle à travers les différentes fonctionnalités du produit. Au lieu de se sentir perdu ou frustré face à une interface complexe, l'utilisateur a l'impression d'être accompagné par un guide bienveillant. Ça réduit considérablement la courbe d'apprentissage et ça encourage l'exploration du produit. Et puis, n'oublions pas l'aspect émotionnel. Un produit qui parle de manière humaine et empathique, ça peut vraiment faire la différence dans des moments de stress ou de frustration. Imaginez un utilisateur qui rencontre un problème technique... Un message d'erreur chaleureux et rassurant peut transformer une expérience potentiellement négative en quelque chose de... presque positif.

Qu'est-ce que l'écriture conversationnelle ?

Différence entre langage écrit formel / oral et Évolution du langage avec Internet

Manon : Bon, on a parlé de l'importance de l'écriture conversationnelle, mais... concrètement, qu'est-ce que c'est ? En fait, c'est une approche qui vise à rendre le langage de nos interfaces numériques plus... naturel, plus proche de la façon dont on parle dans la vraie vie. C'est un peu comme si on essayait de briser ce mur invisible entre l'écran et l'utilisateur. Traditionnellement, on a toujours eu tendance à utiliser un langage très formel dans les communications écrites, surtout dans un contexte professionnel. On nous a appris que c'était comme ça qu'il fallait faire, que c'était plus... sérieux, plus respectable. Mais avec l'arrivée d'Internet et des réseaux sociaux, les choses ont commencé à changer. On s'est rendu compte que ce langage formel, ben... il créait une distance avec nos utilisateurs. Il rendait nos produits froids, impersonnels, parfois même intimidants.

Miguel : C'est vrai. Et cette différence entre le langage écrit formel et le langage oral, elle est vraiment cruciale pour comprendre l'écriture conversationnelle. Le langage écrit formel, c'est un peu comme... un costume trois pièces. C'est élégant, c'est professionnel, mais c'est pas forcément ce qu'on mettrait pour aller boire un café avec un ami. Le langage oral, lui, c'est plus comme une tenue décontractée. C'est plus naturel, plus accessible. Et c'est exactement ce qu'on cherche à faire avec l'écriture conversationnelle : trouver le bon équilibre entre le professionnalisme du langage écrit et la chaleur du langage oral. On veut que nos interfaces parlent à nos utilisateurs comme le ferait un ami bienveillant et compétent. Ça ne veut pas dire qu'on va utiliser du langage familier ou faire des fautes de grammaire. Non, l'idée c'est plutôt de... simplifier notre langage, de le rendre plus direct, plus humain. Par exemple, au lieu de dire "Veuillez entrer vos coordonnées bancaires pour finaliser la transaction", on pourrait dire "On y est presque ! Entrez vos infos bancaires et c'est dans la poche". C'est toujours professionnel, mais c'est plus... chaleureux, plus engageant.

Manon : Exactement. Et ce qui est intéressant, c'est que cette approche nous oblige à repenser complètement la façon dont on communique avec nos utilisateurs. On ne peut plus se contenter de transposer notre communication écrite traditionnelle dans nos interfaces numériques. Il faut vraiment se mettre à la place de l'utilisateur, imaginer qu'on lui parle directement. Ça implique d'utiliser des tournures de phrases plus naturelles, d'éviter le jargon technique quand c'est possible, et même d'intégrer une certaine... personnalité dans notre langage. C'est un peu comme si on donnait une voix à notre marque. Et cette voix, elle doit être cohérente à travers toute l'expérience utilisateur, que ce soit dans les messages de bienvenue, les instructions, ou même les messages d'erreur. C'est un vrai défi, mais quand c'est bien fait, ça peut vraiment transformer la relation entre l'utilisateur et le produit.

Comment y parvenir ? Règles et astuces

N'écrivez rien que vous ne diriez pas à haute voix

Miguel : Alors, comment on fait pour mettre en pratique cette écriture conversationnelle ? Une des règles d'or, c'est de ne rien écrire qu'on ne dirait

pas à haute voix. Ça peut paraître simple, mais... c'est vraiment la clé pour créer un contenu qui sonne naturel et authentique. L'idée, c'est de s'imaginer en train de parler directement à l'utilisateur. Si une phrase vous semble bizarre à dire à voix haute, y a de grandes chances qu'elle soit tout aussi bizarre à lire. Par exemple, vous ne diriez jamais à quelqu'un "Veuillez patienter pendant que nous traitons votre requête", non ? Vous diriez plutôt un truc du genre "On s'occupe de ça tout de suite, ça ne prendra qu'un instant".

Manon : Tout à fait. Cette approche nous pousse à repenser complètement notre façon d'écrire pour le web. Fini les formulations alambiquées et le jargon technique ! On cherche à être clair, direct et... humain, tout simplement. C'est particulièrement important dans les moments clés de l'expérience utilisateur. Prenez les messages d'erreur, par exemple. Au lieu d'un froid "Erreur 404 : Page non trouvée", pourquoi ne pas dire "Oups ! On dirait qu'on a égaré cette page. Vous voulez qu'on cherche ensemble ?" C'est plus sympathique, non ? Et surtout, ça donne l'impression que derrière l'écran, il y a vraiment quelqu'un qui essaie de vous aider.

Miguel : Exactement. Et tu sais, cette règle du "ne rien écrire qu'on ne dirait pas à haute voix", elle a un autre avantage : elle nous aide à éviter le piège du langage trop formel ou bureaucratique. Combien de fois on a vu des sites web qui semblent avoir été écrits par des robots ou des avocats ? C'est... rébarbatif, pour ne pas dire intimidant. En se concentrant sur un langage plus naturel, on rend notre contenu plus accessible, plus engageant. Et ça, ça peut faire toute la différence dans la façon dont les utilisateurs perçoivent et interagissent avec notre produit.

Manon : Tu as raison, Miguel. Et n'oublions pas que cette approche demande aussi une bonne dose d'empathie. Il faut vraiment se mettre à la place de l'utilisateur, comprendre ses besoins, ses frustrations potentielles. Quand on écrit, on doit toujours se demander : "Est-ce que c'est comme ça que je parlerais à un ami qui aurait besoin d'aide ?" Si la réponse est non, c'est qu'il faut probablement revoir notre copie. L'objectif, c'est de créer une expérience qui soit à la fois professionnelle et chaleureuse, qui guide l'utilisateur sans le submerger d'informations. C'est un équilibre délicat, mais quand on y arrive, le résultat en vaut vraiment la peine.

Utilisez la voix active

Miguel : Une autre règle importante pour une écriture conversationnelle efficace, c'est l'utilisation de la voix active. C'est un changement qui peut sembler mineur, mais qui a un impact... vraiment significatif sur la façon dont le message est perçu. La voix active rend le texte plus direct, plus dynamique et surtout, plus facile à comprendre pour l'utilisateur.

Manon : C'est vrai. Quand on utilise la voix active, on met l'accent sur l'action et sur celui qui la réalise. Ça rend le message plus clair et plus... personnel, en quelque sorte. Par exemple, au lieu de dire "Votre commande a été expédiée", on dirait "Nous avons expédié votre commande". Ça peut paraître subtil, mais ça change complètement la perception du message.

Miguel : Et ce qui est intéressant, c'est que la voix active nous oblige aussi à être plus concis. On évite les tournures alambiquées, les phrases trop longues. Ça nous pousse à aller droit au but, ce qui est essentiel dans un environnement numérique où l'attention de l'utilisateur est précieuse.

Manon : Absolument. L'utilisation de la voix active a aussi l'avantage de rendre le texte plus... humain, si on peut dire. Ça donne l'impression que c'est une vraie personne qui s'adresse à l'utilisateur, pas juste un système automatisé. Ça contribue à créer cette connexion dont on parlait tout à l'heure.

Miguel : Et n'oublions pas que la voix active peut aussi aider à clarifier les responsabilités. Quand on dit "Nous avons fait une erreur" plutôt que "Une erreur s'est produite", on montre qu'on assume nos responsabilités. Ça peut sembler contre-intuitif, mais ça renforce en fait la confiance de l'utilisateur.

Manon : En fin de compte, l'utilisation de la voix active s'inscrit parfaitement dans cette démarche d'écriture conversationnelle. Elle nous aide à créer un contenu plus engageant, plus clair et plus humain. C'est un outil puissant pour améliorer l'expérience utilisateur dans son ensemble.

Incluez des mots de liaison

Miguel : Passons à un autre aspect crucial de l'écriture conversationnelle : l'inclusion des mots de liaison. Ces petits mots, on a tendance à les négliger, surtout dans les interfaces numériques où on cherche souvent à être... le plus concis possible. Mais en réalité, ils jouent un rôle essentiel dans la fluidité du discours. Les mots de liaison, c'est un peu comme le ciment entre les briques d'une maison. Ils donnent de la structure à notre discours, ils créent des connexions logiques entre les idées. Dans une conversation naturelle, on les

utilise sans même y penser. "Donc", "cependant", "ensuite", "par conséquent"... tous ces mots nous aident à suivre le fil de la pensée. Et c'est exactement ce qu'on cherche à recréer dans nos interfaces. En incluant ces mots de liaison, on rend le texte plus... fluide, plus naturel. Ça aide l'utilisateur à comprendre la logique derrière les actions qu'on lui demande de faire. Par exemple, au lieu de dire simplement "Cliquez ici. Entrez vos informations.", on pourrait dire "Commencez par cliquer ici. Ensuite, entrez vos informations.". C'est plus guidant, plus conversationnel.

Manon : Absolument, Miguel. Et tu sais, ces mots de liaison peuvent aussi aider à adoucir le ton général de l'interface. Ils apportent une certaine... nuance au discours. Par exemple, "Cependant" peut introduire une exception de manière plus douce qu'un simple "Mais". Ça peut faire toute la différence dans la perception d'un message, surtout quand il s'agit d'informations importantes ou potentiellement frustrantes pour l'utilisateur. N'oublions pas non plus que ces mots de liaison peuvent contribuer à la personnalité de notre marque. Le choix des mots qu'on utilise, la façon dont on construit nos phrases, tout ça participe à créer une voix unique et reconnaissable pour notre produit. En fin de compte, l'inclusion des mots de liaison est un élément clé pour créer une expérience utilisateur plus fluide et plus naturelle. Ça demande peut-être un peu plus d'effort dans la rédaction, mais le résultat en vaut vraiment la peine. On crée ainsi un flux de pensées plus cohérent, plus facile à suivre pour l'utilisateur. C'est comme si on lui prenait la main pour le guider à travers notre interface, en lui expliquant chaque étape du processus de manière claire et logique.

Posez des questions

Miguel : Parlons maintenant d'une technique vraiment efficace en écriture conversationnelle : poser des questions. C'est un outil puissant qui peut transformer complètement l'interaction avec l'utilisateur. Quand on pose une question, on crée instantanément un dialogue, même si c'est... virtuel. Ça engage l'utilisateur, ça le pousse à réfléchir, à interagir. Par exemple, au lieu de dire "Entrez votre adresse e-mail pour recevoir notre newsletter", on pourrait dire "Vous voulez rester informé ? Dites-nous où envoyer notre newsletter !". C'est plus dynamique, plus engageant. Et puis, les questions peuvent aussi servir à guider l'utilisateur, à l'aider à prendre des décisions. "Quelle taille de t-shirt préférez-vous ?" est bien plus convivial que "Sélectionnez une taille". Ça donne l'impression que le site s'intéresse vraiment aux préférences de

l'utilisateur, qu'il cherche à personnaliser l'expérience.

Manon : Et tu sais, les questions ont aussi cet avantage de... créer une sorte d'attente chez l'utilisateur. Quand on pose une question, on suscite naturellement la curiosité, l'envie de connaître la réponse ou de voir ce qui va se passer ensuite. C'est un excellent moyen de maintenir l'engagement de l'utilisateur tout au long de son parcours sur notre plateforme. Par exemple, après un achat, plutôt que de dire simplement "Merci pour votre achat", on pourrait dire "Prêt à découvrir votre nouveau produit ? Voici quelques conseils pour bien démarrer !". Ça crée une transition en douceur vers la prochaine étape de l'expérience client. Mais attention, il faut doser l'utilisation des questions. Trop de questions peuvent devenir... fatigantes ou donner l'impression d'un interrogatoire. L'idée est de trouver le bon équilibre, d'utiliser les questions aux moments clés pour créer une expérience fluide et engageante. Et n'oublions pas que les questions peuvent aussi être un excellent moyen de collecter des feedback de manière naturelle. "Comment avez-vous trouvé notre service aujourd'hui ?" est beaucoup plus sympathique qu'un froid "Évaluez notre service".

Évitez les formules ennuyeuses

Miguel : Abordons maintenant un point crucial : éviter les formules ennuyeuses. C'est un vrai défi, parce que... ces formules, on les voit partout, on les utilise sans même y penser. "Cliquez ici", "Entrez votre mot de passe", "Une erreur s'est produite"... On les a tellement entendues qu'elles en deviennent presque invisibles. Et c'est justement le problème. Ces phrases toutes faites, elles n'engagent pas l'utilisateur, elles ne créent pas de connexion. Au contraire, elles donnent l'impression d'une interface froide, impersonnelle. Alors, comment on fait pour éviter ça ? Eh bien, il faut se forcer à réfléchir à chaque message qu'on écrit. Se demander : "Est-ce que je dirais ça comme ça à un ami ?" Si la réponse est non, c'est qu'il faut probablement reformuler. Par exemple, au lieu de "Une erreur s'est produite", pourquoi ne pas dire "Oups ! On a rencontré un petit problème. Voici ce qu'on peut faire pour le résoudre..." ? C'est plus humain, plus... rassurant aussi.

Manon : Je suis complètement d'accord. Et tu sais, éviter ces formules ennuyeuses, ça demande un vrai effort créatif. Il faut constamment se renouveler, trouver des façons originales de dire les choses. Mais le jeu en vaut

la chandelle, parce que c'est ça qui va vraiment donner une personnalité unique à notre interface. Prenons les call-to-action, par exemple. Au lieu du classique "En savoir plus", on pourrait avoir "Découvrez les secrets de...", ou "Plongez dans l'univers de...". Ça intrigue, ça donne envie de cliquer. Et puis, il y a aussi tout l'aspect émotionnel à prendre en compte. Les formules standards, elles ne transmettent aucune émotion. Or, c'est justement l'émotion qui va créer une connexion avec l'utilisateur. Un message de confirmation d'inscription qui dit "Bienvenue dans la famille !" plutôt que "Votre inscription est confirmée", ça change tout. Ça donne le sentiment à l'utilisateur qu'il rejoint une communauté, pas juste qu'il s'inscrit à un service. Bien sûr, il faut faire attention à ne pas tomber dans l'excès inverse, à ne pas être trop... décontracté ou familier. L'objectif, c'est de trouver le bon équilibre entre originalité et professionnalisme.

Conclusion

Récapitulatif des points clés

Miguel : On arrive au terme de notre discussion sur l'écriture conversationnelle, et je dois dire que c'est un sujet vraiment passionnant. On a vu à quel point cette approche peut transformer l'expérience utilisateur de nos produits numériques. Récapitulons un peu les points clés qu'on a abordés.

Manon : Tout à fait, Miguel. On a vu que l'écriture conversationnelle, c'est avant tout une façon de rendre nos interfaces plus humaines, plus accessibles. On a parlé de l'importance de s'adresser directement à l'utilisateur, d'utiliser un langage naturel et fluide, d'être court et direct dans nos messages. On a aussi souligné l'importance d'éviter les formules ennuyeuses et d'oser poser des questions pour engager l'utilisateur.

Miguel : Exactement. Et n'oublions pas les aspects plus techniques, comme l'utilisation de la voix active et l'inclusion des mots de liaison pour rendre le discours plus fluide. On a également discuté de l'équilibre délicat à trouver avec le langage familier, comment l'utiliser de manière appropriée sans tomber dans l'excès.

Manon : Oui, et je pense qu'un des points les plus importants qu'on a soulevés,

c'est que l'écriture conversationnelle n'est pas juste une question de style. C'est vraiment une approche stratégique qui peut avoir un impact significatif sur l'engagement des utilisateurs, leur satisfaction, et au final, sur le succès de nos produits.

Miguel : Absolument. Alors, à tous nos auditeurs, on ne peut que vous encourager à mettre en pratique ces principes dans vos propres projets. Ça peut sembler un peu intimidant au début, mais croyez-moi, ça vaut vraiment le coup. Commencez par de petits changements, testez différentes approches, et surtout, n'ayez pas peur d'être un peu... créatifs.

Manon : Tout à fait. Et n'oubliez pas, l'écriture conversationnelle, c'est un processus continu d'amélioration. Écoutez vos utilisateurs, analysez leurs réactions, et ajustez votre approche en conséquence. Avec le temps et la pratique, vous verrez que ça deviendra de plus en plus naturel. Et les résultats, croyez-moi, seront au rendez-vous.

Miguel : Bien dit, Manon. Alors, chers auditeurs, à vos claviers ! Transformez vos interfaces en véritables conversations et voyez par vous-mêmes la différence que ça peut faire. L'avenir du numérique est conversationnel, et c'est à nous de le façonner.

Conclusion

Miguel : Et voilà, chers auditeurs, nous arrivons à la fin de cet épisode de La Potion. On espère vraiment que vous avez trouvé ces conseils utiles et inspirants. On a partagé pas mal d'astuces pratiques aujourd'hui pour améliorer les textes de vos sites web. Alors, si ces conseils vous ont plu, n'hésitez pas à vous abonner à notre podcast. On a encore tellement de secrets de marque à partager avec vous.

Manon : Exactement, Miguel. Pour les plus déterminés d'entre vous qui souhaitent creuser encore plus l'écart, nous réservons nos conseils et outils secrets dans notre newsletter ! Pour nous rejoindre un seul endroit, notre site hermits.fr. L'inscription est gratuite, à vie et surtout sans spam c'est promis.

Miguel : Merci d'avoir été avec nous aujourd'hui. On se retrouve dans deux semaines pour un nouvel épisode rempli de secrets de marques. À très bientôt et d'ici là, prenez soin de vous. À la prochaine !

Miguel : Et n'oubliez pas, une potion est un secret bien gardé !

Musique de fin