

Certificat

Copywriting pour le Service Client



tech université
technologique

Certificat

Copywriting pour le Service Client

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 semaine
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/journalisme-communication/cours/copywriting-service-client

Accueil

01

Présentation

Page 4

02

Objectifs

Page 8

03

Structure et contenu

Page 12

04

Méthodologie

Page 16

05

Diplôme

Page 24

01

Présentation

Les nouvelles technologies ont favorisé la communication et la création d'entreprises numériques, mais elles ont également entraîné un manque de proximité et d'humanisation. Pour briser ces barrières, le *Copywriting* et ses techniques d'écriture persuasive ont réussi à donner plus de chaleur aux messages et à rendre les appels à l'action d'achat beaucoup plus attrayants. La maîtrise de ces formules pour la vente et le service à la clientèle tout au long du processus est au centre de ce programme 100% en ligne. Un diplôme avec le contenu le plus actuel et le plus frais sur le rôle du langage émotionnel, le profit ou la bonne gestion de l'acheteur. Le tout en seulement 6 semaines et avec le soutien des meilleurs spécialistes du secteur.



“

Savez-vous comment augmenter les ventes de vos clients grâce aux techniques de persuasion du Copywriting? Découvrez-le dans ce Certificat"

De nos jours, la différenciation des entreprises sur l'internet est marquée par l'utilisation d'un langage approprié et proche. Chasser la froideur de la communication à l'écran ou par *Chatbot* de la technologie ne peut se faire que par l'utilisation d'un langage amical, simple et attrayant.

Une tâche qui peut sembler facile au premier abord, implique tout un art dans l'utilisation des mots justes pour être le plus précis possible, susciter l'empathie et appeler à l'action pour obtenir des ventes. Ces connaissances sont réunies dans ce Certificat en Copywriting pour le Service Client de 150 heures d'enseignement.

Il s'agit d'un itinéraire académique qui conduira les étudiants à entrer de manière dynamique dans l'utilisation de la persuasion et sa pertinence dans le *Copywriting* le rôle du langage émotionnel, le profit ou comment utiliser les techniques de cette spécialité pour augmenter les ventes et s'occuper du client tout au long du processus, du début à la fin.

Un programme théorico-pratique qui prend du rythme grâce aux nombreuses ressources pédagogiques qui le composent: résumés vidéo, vidéos en *Focus*, pilules multimédias, lectures essentielles et success stories.

En outre, grâce au système de *Relearning*, basé sur la répétition continue de contenus clés, les étudiants n'auront pas à investir un grand nombre d'heures d'étude et de mémorisation.

TECH offre donc une excellente opportunité de progresser dans un secteur très demandé grâce à un diplôme universitaire auquel il est possible d'accéder de manière pratique, où et quand on le souhaite. Il suffit de disposer d'un appareil électronique avec une connexion internet pour pouvoir consulter, à tout moment de la journée, les contenus hébergés sur la plateforme virtuelle. Un programme sans équivalent dans le panorama académique actuel.

Ce **Certificat en Copywriting pour le Service Client** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en Communication, Marketing et en *Copywriting*
- ♦ Le contenu graphique, schématique et éminemment pratique de l'ouvrage fournit des informations techniques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Exercices pratiques permettant de réaliser le processus d'auto-évaluation afin d'améliorer l'apprentissage
- ♦ Il met l'accent sur les méthodologies innovantes
- ♦ Leçons théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ♦ La possibilité d'accéder au contenu à partir de n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Développez une communication interne efficace à l'aide des stratégies de copie fournies par ce diplôme universitaire"

“

Vous serez en mesure de créer des présentations d'entreprise B2B de haut niveau grâce aux techniques présentées dans ce programme"

Le corps enseignant du programme englobe des spécialistes réputés dans le domaine et qui apportent à ce programme l'expérience de leur travail, ainsi que des spécialistes reconnus dans de grandes sociétés et des universités prestigieuses.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, les spécialistes bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel, ainsi, ils se formeront dans un environnement simulé qui leur permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est axée sur l'Apprentissage Par les Problèmes, grâce auquel le médecin devra essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent tout au long du programme. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus.

Pas de présence en classe, pas de cours programmés. Cette option académique est conçue pour que vous puissiez gérer vous-même votre temps d'étude.

Vous aurez à portée de main toutes les techniques pour pouvoir répondre aux clients rapidement et dans des situations compliquées.



02 Objectifs

L'objectif de ce Certificat est de fournir aux professionnels de la communication toutes les ressources techniques et rédactionnelles dont ils ont besoin pour améliorer le service à la clientèle d'une entreprise par le biais du *Copywriting*. Pour atteindre cet objectif, une équipe de spécialistes ayant une grande expérience du secteur vous guidera et répondra à toutes les questions que vous posez sur le contenu de ce programme.



“

Vous serez un expert dans la construction de la confiance des marques par la transparence et l'honnêteté”



Objectifs généraux

- ♦ Offrir un apprentissage large et approfondi de la profession de *Copywriter* sous ses différentes facettes
- ♦ Montrer les différents domaines dans lesquels le *Copywriting* peut être appliqué: pages web, publicités, lancement ou marketing de contenu
- ♦ Offrir un système d'approfondissement pour la création d'un branding pour une marque avec le Manuel de l'Identité Verbale
- ♦ Offrir une étude complète sur la psychologie, le neuromarketing et le *Neurocopywriting*
- ♦ Acquérir des connaissances approfondies sur la relation entre le langage et la persuasion, l'émotion et le profit
- ♦ Instruire les experts en *Copywriting* afin qu'ils soient en mesure d'élaborer un plan de contenu et de rédiger pour l'un des principaux réseaux sociaux d'aujourd'hui
- ♦ Former des experts en gestion du service à la clientèle, en communication interne, en stratégies d'acquisition de clients B2B et B2C
- ♦ Fournir les outils pour savoir comment gérer un tunnel de vente du début à la fin
- ♦ Offrir les outils pour savoir comment développer un lancement numérique
- ♦ Former à la rédaction persuasive d'articles de blog, de scripts vidéo, de scripts pour podcasts
- ♦ Former des *Copywriters* pour pouvoir rédiger des publicités pour les principaux réseaux sociaux
- ♦ Former pour pouvoir travailler en tant que *Copywriter* indépendant dès la première minute, ou pour pouvoir travailler pour des tiers





Objectifs spécifiques

- ♦ Apprendre pourquoi les techniques de persuasion sont importantes en *Copywriting*
- ♦ Savoir ce qu'est le langage de l'émotion et comment il est utilisé
- ♦ En savoir plus sur la façon d'utiliser le langage du bénéfice
- ♦ Apprendre des exemples réels des langages de persuasion
- ♦ Apprendre à augmenter les ventes avec autorité et confiance
- ♦ Découvrez comment appliquer le *Copywriting* dans le service client
- ♦ Apprendre à gérer la communication dans des situations difficiles
- ♦ Reconnaître l'importance de la communication interne
- ♦ Apprendre à aborder une présentation B2B
- ♦ Apprendre ce qu'est un CRM et comment y appliquer le *Copywriting* à son domaine



Développez votre autorité en matière de vente grâce aux techniques les plus efficaces utilisées dans le monde du Copywriting"

03

Structure et contenu

Le plan d'étude de ce programme a été conçu pour fournir, en 150 heures d'enseignement, le contenu le plus complet et le plus avancé sur l'utilisation des techniques de *Copywriting* pour réaliser des ventes, améliorer le service à la clientèle et la communication interne. En outre, ce programme consacrera un espace à la communication B2B, ce qui permettra au professionnel d'avoir une vision plus large des services offerts par un *Copywriter*. Le tout est complété par de nombreux matériels pédagogiques supplémentaires, disponibles 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7.



“

Savez-vous comment traiter avec les publics internes de l'entreprise? Inscrivez-vous dès maintenant à ce programme dans ce programme et commencez à l'apprendre"

Module 1. Vente, service client et *Copywriting*

- 1.1. La persuasion dans le *Copywriting* pour augmenter les ventes
 - 1.1.1. Pourquoi il est important d'utiliser la persuasion dans le *Copywriting*
 - 1.1.2. Les principes de base de la persuasion et leur application en *Copywriting*
 - 1.1.3. Différence entre persuader, influencer et manipuler
 - 1.1.4. Analyse d'un auteur de référence
- 1.2. Les besoins et les désirs du client dans la persuasion
 - 1.2.1. Techniques de persuasion, langage émotionnel et langage du profit
 - 1.2.2. Leurs applications
 - 1.2.3. Pourquoi il est important d'utiliser les besoins et les désirs des clients dans le *Copywriting*
 - 1.2.4. Identifier les désirs des clients
- 1.3. Le rôle de la langue du profit dans le *Copywriting* en matière de persuasion
 - 1.3.1. Pourquoi il est important d'utiliser le langage du profit dans le *Copywriting*
 - 1.3.2. Identifier les avantages du produit ou du service
 - 1.3.3. Utiliser le langage du profit dans le *Copywriting* et augmenter les ventes
 - 1.3.4. Comment utiliser les témoignages de clients pour accroître la confiance
- 1.4. Le rôle du langage émotionnel dans le *Copywriting*
 - 1.4.1. Pourquoi le langage émotionnel est important dans le *Copywriting*
 - 1.4.2. Identifier les émotions du client
 - 1.4.3. Comment utiliser le langage émotionnel pour persuader et augmenter les ventes?
 - 1.4.4. Les émotions les plus couramment utilisées dans le *Copywriting* pour la vente
- 1.5. *Copywriting* pour augmenter les ventes: autorité et confiance
 - 1.5.1. Comment utiliser le *Copywriting* pour renforcer votre autorité en matière de vente?
 - 1.5.2. Construire son autorité en *Copywriting*, avec démonstration et expérience
 - 1.5.3. Construire la confiance dans le *Copywriting*, par la transparence et l'honnêteté
 - 1.5.4. Raisons pour lesquelles la confiance est importante en *Copywriting*
- 1.6. Comment améliorer votre service à la clientèle grâce au *Copywriting*
 - 1.6.1. Comment et pourquoi accueillir le client en utilisant le *Copywriting*
 - 1.6.2. Communication des incidents affectant le client
 - 1.6.3. Traitement des demandes de paiement et autres questions administratives
 - 1.6.4. Structure des communications avec le client à l'aide du *Copywriting*





- 1.7. Structures de base pour répondre rapidement à des situations compliquées
 - 1.7.1. Quand il faut dire NON à un client
 - 1.7.2. Quand il faut s'excuser
 - 1.7.3. Lorsque nous devons annoncer une mauvaise nouvelle
 - 1.7.4. Un cas réel
- 1.8. Le copy dans la communication interne
 - 1.8.1. L'importance de la communication interne: l'attention portée aux publics internes
 - 1.8.2. Les communications par courrier électronique
 - 1.8.3. Les communications sur un tableau visuel
 - 1.8.4. Communications formelles: signature du contrat ou fin du contrat
- 1.9. Présentations B2B ou aux investisseurs
 - 1.9.1. Qu'est-ce que l'elevator pitch?
 - 1.9.2. Comment l'élaborer?
 - 1.9.3. Préparer une présentation de l'entreprise
 - 1.9.4. Créer une vidéo de présentation de l'entreprise ou de la société
- 1.10. CRM et success stories bien mises en œuvre
 - 1.10.1. Qu'est-ce que le CRM?
 - 1.10.2. Le cas d'Apple
 - 1.10.3. Le cas d'Amazon
 - 1.10.4. Le cas de Zara
 - 1.10.5. Le cas de British Airways

“

Ce Certificat vous apporte les success stories d'Apple, Amazon ou Zara pour que vous puissiez les intégrer dans vos stratégies"

04

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: **le Relearning**.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le **New England Journal of Medicine**.



“

Découvrez le Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent la mémorisation”

Étude de Cas pour mettre en contexte tout le contenu

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Vous bénéficierez d'un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif sur l'ensemble du cursus.



L'étudiant apprendra, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, à résoudre des situations complexes dans des environnements commerciaux réels.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Cette formation TECH est un programme d'enseignement intensif, créé de toutes pièces, qui propose les défis et les décisions les plus exigeants dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et professionnelle la plus actuelle.

“

Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière”

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

En 2019, nous avons obtenu les meilleurs résultats d'apprentissage de toutes les universités en ligne du monde.

À TECH, vous apprenez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre université est la seule université autorisée à utiliser cette méthode qui a fait ses preuves. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.





Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.

Ce programme offre le meilleur support pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



Pratiques en compétences et aptitudes

Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



05 Diplôme

Le Certificat en Copywriting pour le Service Client vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Certificat délivré par TECH Université Technologique.



“

*Complétez ce programme et recevez
votre diplôme sans déplacements ni
formalités administratives”*

Ce **Certificat en Copywriting pour le Service Client** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme de **Certificat** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Certificat, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Certificat en Copywriting pour le Service Client**

N.º d'heures officielles: **150 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.

future
santé confiance personnes
éducation information tuteurs
garantie accréditation enseignement
institutions technologie apprentissage
communauté engagement
service personnalisé innovation
connaissance présent qualité
en ligne formation
développement institutions
classe virtuelle langues

tech université
technologique

Certificat

Copywriting pour le Service Client

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 semaine
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat

Copywriting pour le Service Client