

Certificat Copywriting



tech université
technologique

Certificat Copywriting

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 semaines
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

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

Sommaire

01

Présentation

Page 4

02

Objectifs

Page 8

03

Structure et contenu

Page 12

04

Méthodologie

Page 16

05

Diplôme

Page 24

01

Présentation

Dans un environnement numérique de plus en plus concurrentiel, où l'image est devenue prédominante, le mot reste vivant grâce aux formules utilisées en *Copywriting*. L'art de raconter des histoires, de donner de la valeur à un produit, un service ou une marque, est devenu indispensable pour attirer les clients et les ventes. C'est une maîtrise du langage, de la créativité et de la persuasion qui peut être obtenue grâce à ce programme 100% en ligne créé par TECH. Un diplôme au contenu théorique et pratique, enseigné par de véritables spécialistes du secteur, qui approfondiront les principaux outils et techniques pour la création de messages captivants, l'élaboration d'un *storytelling* brillant ou la curation de contenu. Une excellente occasion de se développer professionnellement avec les meilleurs experts.





“

Grâce à ce Certificat, vous deviendrez un excellent professionnel du Copywriting en seulement 6 semaines”

Aujourd'hui, la prolifération des entreprises sur Internet a entraîné une concurrence accrue pour la visibilité et les ventes. Cependant, le marketing traditionnel ou la publicité ne suffisent pas à attirer réellement. À leur place, le *Copywriting* s'est fait une place importante, générant la figure du *copywriter* largement sollicité par les entreprises et les agences spécialisées.

Dans ce contexte, il est essentiel que tous les professionnels de la communication qui souhaitent orienter leur carrière dans ce secteur comprennent bien de quoi il s'agit, comment l'apprendre et comment utiliser la psychologie et le neuromarketing à leur avantage dans le *Copywriting*. Le Certificat en Copywriting, conçu par TECH pour fournir les connaissances les plus avancées et les plus actuelles dans ce domaine, s'inscrit dans cette lignée.

Il s'agit d'un programme qui comprend 150 heures d'enseignement avec les informations les plus récentes sur la phase de documentation et de recherche préalable à la rédaction, l'établissement d'objectifs pour inciter le client ou le *buyer* à agir et les facteurs psychologiques qui influencent l'achat.

Une place particulière est accordée dans ce diplôme aux techniques utilisées dans cette discipline. Les étudiants apprendront les principales formules de création de messages, de *storytelling* et les techniques utilisées pour la curation de contenu. Tout cela avec du matériel didactique multimédia auquel on peut accéder confortablement à tout moment de la journée, à partir d'un appareil électronique doté d'une connexion internet.

Cette institution académique offre donc une magnifique opportunité d'étudier un diplôme universitaire de haut niveau tout en rendant vos responsabilités personnelles et/ou professionnelles compatibles avec votre vie quotidienne.

Ce **Certificat en Copywriting** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en Communication, Marketing et Copywriting
- ♦ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques de l'ouvrage fournissent des informations techniques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Les exercices pratiques pour réaliser le processus d'auto évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ♦ Il met l'accent sur les méthodologies innovantes
- ♦ Cours 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



Améliorez vos compétences pour devenir un rédacteur hors pair et intégrer de grandes agences de publicité spécialisées"

“

Vous avez accès à une bibliothèque de ressources pédagogiques 24 heures sur 24, 7 jours sur 7"

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 professionnel doit essayer de résoudre les différentes situations de la 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.

Vous maîtriserez les principales formules de rédaction copy utilisées par les meilleurs professionnels du secteur.

Grâce à ce programme, vous apprendrez à créer un excellent storytelling et à le transmettre avec succès à vos clients.



02 Objectifs

L'objectif de ce Certificat est de fournir aux diplômés les informations les plus pertinentes et les plus récentes sur le *Copywriting*. Ainsi, ce programme leur ouvrira un monde de possibilités dans un secteur en pleine croissance. Pour atteindre cet objectif avec succès, ils auront accès à de nombreux matériels pédagogiques et à une équipe d'enseignants spécialisés ayant de nombreuses années d'expérience dans ce domaine professionnel.





“

Améliorez vos compétences créatives et persuasives grâce aux nombreux exemples fournis par ce diplôme universitaire”



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 entonnoir 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

- ♦ Savoir ce qu'est le *Copywriting*
- ♦ Savoir ce qu'est un *copywriter*
- ♦ Développer les compétences nécessaires à un *copy*
- ♦ Apprendre les techniques de recherche sur la marque et ses concurrents
- ♦ Définir le client idéal
- ♦ Identifier les motivations d'achat universelles
- ♦ Acquérir des connaissances sur la psychologie, le neuromarketing, le marketing générationnel et le *neuroCopywriting*
- ♦ Découvrir ce qu'est la transcréation et comment elle est réalisée
- ♦ Identifier les principes de persuasion
- ♦ Apprendre plus de 12 formules différentes de *Copywriting*
- ♦ Rédiger des titres efficaces
- ♦ À quoi sert et comment créer un *storytelling*
- ♦ Apprendre à faire de la curation de contenu de manière professionnelle

“ Découvrez les derniers développements en matière de neuromarketing, de marketing générationnel et de neurocopywriting à votre convenance ”

03

Structure et contenu

Ce programme universitaire est conçu pour offrir au professionnel de la communication les concepts clés du *Copywriting*, ainsi que les techniques de rédaction persuasive et les outils pour créer son propre site web, son portfolio ou créer des propositions de projets pour attirer de nouveaux clients. Un programme complet et intensif, complété par de nombreuses ressources didactiques supplémentaires auxquelles il aura accès 24 heures sur 24, 7 jours sur 7.



“

*Une expérience de formation
unique, clé et décisive pour stimuler
votre développement professionnel”*

Module 1. Le *Copywriting*: ce que c'est, comment l'apprendre et les possibilités qu'il offre

- 1.1. Découvrir le *Copywriting*
 - 1.1.1. Ce qu'est et ce qui n'est pas *Copywriting*
 - 1.1.2. La profession du *copywriter* actuellement
 - 1.1.3. Domaines d'application du *Copywriting*
 - 1.1.4. Que fait le *Copywriting* pour une marque
- 1.2. Apprendre à rédiger
 - 1.2.1. Langue orale vs. Langue écrite
 - 1.2.2. Recommandations grammaticales
 - 1.2.3. Ressources expressives
 - 1.2.4. Aspects orthographiques
- 1.3. S'entraîner à écrire
 - 1.3.1. 10 façons différentes de compter
 - 1.3.2. La construction du texte
 - 1.3.3. Exercices pour mettre le cerveau en mode mots
 - 1.3.4. Pluies d'idées
 - 1.3.5. Les associations forcées
 - 1.3.6. Transitions
- 1.4. Les étapes de recherche
 - 1.4.1. Pourquoi la recherche sera votre meilleure alliée
 - 1.4.2. Différents outils pour obtenir des informations
 - 1.4.3. L'art de créer des questionnaires
 - 1.4.4. Faire ses propres recherches
 - 1.4.5. Comment organiser les informations collectées
- 1.5. Définir le client idéal
 - 1.5.1. Le client idéal est-il tout le monde?
 - 1.5.2. Caractéristiques principales
 - 1.5.3. Typologie du client idéal
 - 1.5.4. Apprendre à vendre en fonction de la valeur et non du prix
 - 1.5.5. Niveaux de connaissance des clients
- 1.6. Les motivations d'achat universelles
 - 1.6.1. Que sont-elles et quel rôle jouent-elles dans le *Copywriting*
 - 1.6.2. L'amour, l'attraction et la beauté
 - 1.6.3. L'argent, le status, le style de vie
 - 1.6.4. Les moment, la personnalité, la santé
 - 1.6.5. La sécurité, la tendance, le temps
- 1.7. Le *Copywriting* et la psychologie
 - 1.7.1. Quel est le rapport entre le *Copywriting* et la psychologie?
 - 1.7.2. Le copy est-il un psychologue?
 - 1.7.3. Développer l'empathie
 - 1.7.4. Systématiser les résultats
 - 1.7.5. Utiliser un langage actif
- 1.8. Neuromarketing et *neurocopywriting*
 - 1.8.1. Qu'est-ce que le neuromarketing?
 - 1.8.2. Que nous apprend le neuromarketing?
 - 1.8.3. Comment les marques utilisent-elles le neuromarketing?
 - 1.8.4. *Neurocopywriting*
- 1.9. Connaître le marketing générationnel
 - 1.9.1. Qu'est-ce que le marketing générationnel et quelle est son influence sur le *Copywriting*?
 - 1.9.2. La génération silencieuse
 - 1.9.3. Les baby boomers
 - 1.9.4. Les millenials
 - 1.9.5. La génération Z
 - 1.9.6. Les natifs du numérique
- 1.10. Les outils
 - 1.10.1. Pour créer votre site web
 - 1.10.2. Pour créer votre portefeuille
 - 1.10.3. Pour créer des propositions de projets
 - 1.10.4. Pour communiquer avec les clients
 - 1.10.5. D'image et de conception
 - 1.10.6. De gestion des clients
 - 1.10.7. De correction de textes
 - 1.10.8. Des réseaux sociaux
 - 1.10.9. De contenus

Module 2. Les techniques du *Copywriting*

- 2.1. Les principes de persuasion
 - 2.1.1. Les 6 principes de persuasion de Cialdini
 - 2.1.2. Réciprocité
 - 2.1.3. Manque
 - 2.1.4. Autorité
 - 2.1.5. Consistance
 - 2.1.6. Sympathie
 - 2.1.7. Consensus
- 2.2. Les formules les plus populaires pour écrire avec *Copywriting*
 - 2.2.1. Formule AIDA
 - 2.2.2. La formule des 4 P
 - 2.2.3. PAS
 - 2.2.4. La formule des 4 U
 - 2.2.5. La formule FAB
- 2.3. Formules moins fréquentes dans le copy
 - 2.3.1. La formule Sugarman
 - 2.3.2. La formule ADP
 - 2.3.3. La formule PASTOR
 - 2.3.4. Aforest
 - 2.3.5. La formule BUCLE
 - 2.3.6. La formule STONE
- 2.4. Autres formules qui n'en ont pas l'air
 - 2.4.1. La formule des 3 pourquoi?
 - 2.4.2. Formule de *Copywriting* 1- 2- 3- 4
 - 2.4.3. Formule Et alors?
 - 2.4.4. Formule des 9 points
 - 2.4.5. Formule AICPBSAWN
- 2.5. Les titres
 - 2.5.1. L'importance d'un bon titre
 - 2.5.2. Types de titres
 - 2.5.3. Recherche de bons titres
 - 2.5.4. Le rôle des sous-titres
- 2.6. Créer des titres
 - 2.6.1. Outils pour créer des titres
 - 2.6.2. Formules de création de titres
 - 2.6.3. Trucs et techniques
 - 2.6.4. Exemples de titres
- 2.7. Le monde merveilleux du *storytelling*
 - 2.7.1. Les facteurs les plus importants
 - 2.7.2. Le type d'histoires existantes
 - 2.7.3. A quoi servent les histoires
 - 2.7.4. Où est-il possible d'appliquer la *storytelling*
- 2.8. Comment créer de bonnes histoires
 - 2.8.1. Formules de la *storytelling*
 - 2.8.2. Le voyage du héros
 - 2.8.3. Éléments pour créer une bonne histoire
 - 2.8.4. Exemples d'histoires avec différents objectifs
- 2.9. Ne partez pas sans un call to action (CTA)
 - 2.9.1. L'appel à l'action en un seul clic
 - 2.9.2. Comment créer un CTA ou un appel à l'action
 - 2.9.3. Types d'appel à l'action
 - 2.9.4. Analyse d'exemples de CTA
- 2.10. Curation de contenu
 - 2.10.1. Qu'est-ce que la curation de contenu
 - 2.10.2. Que fait un content curator
 - 2.10.3. Les 10 étapes
 - 2.10.4. LES 4 S
 - 2.10.5. Différentes techniques de curation
 - 2.10.6. Outils de la curation

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

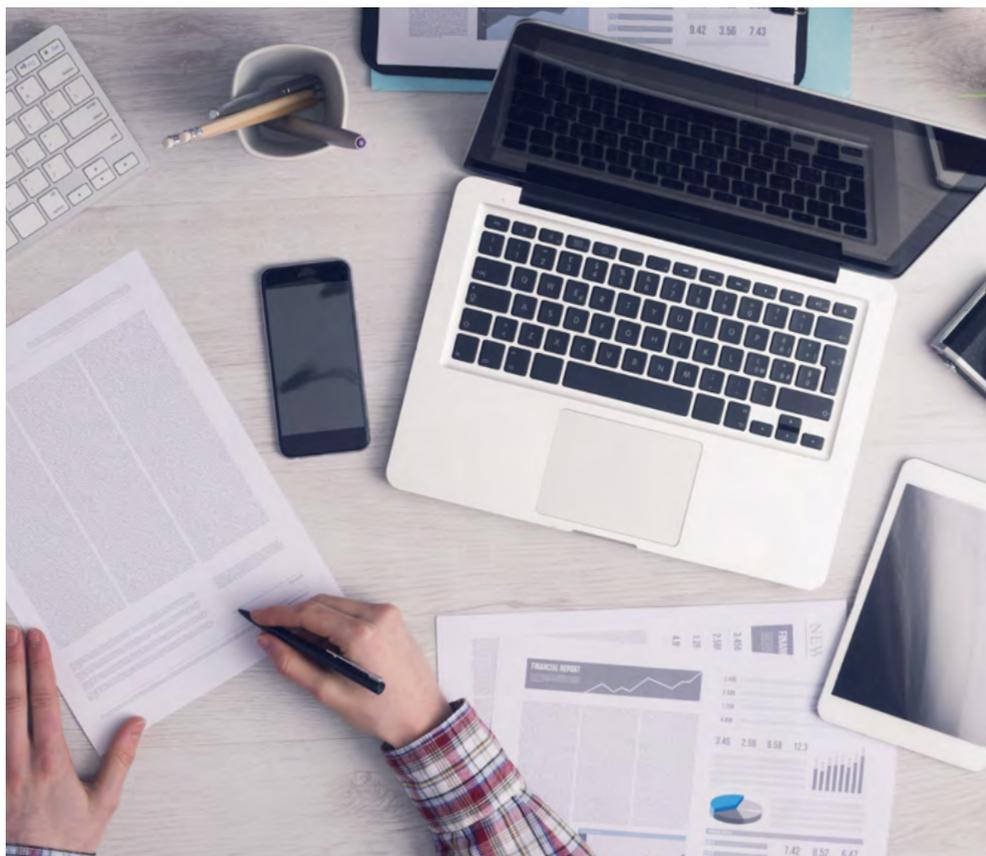
Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

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

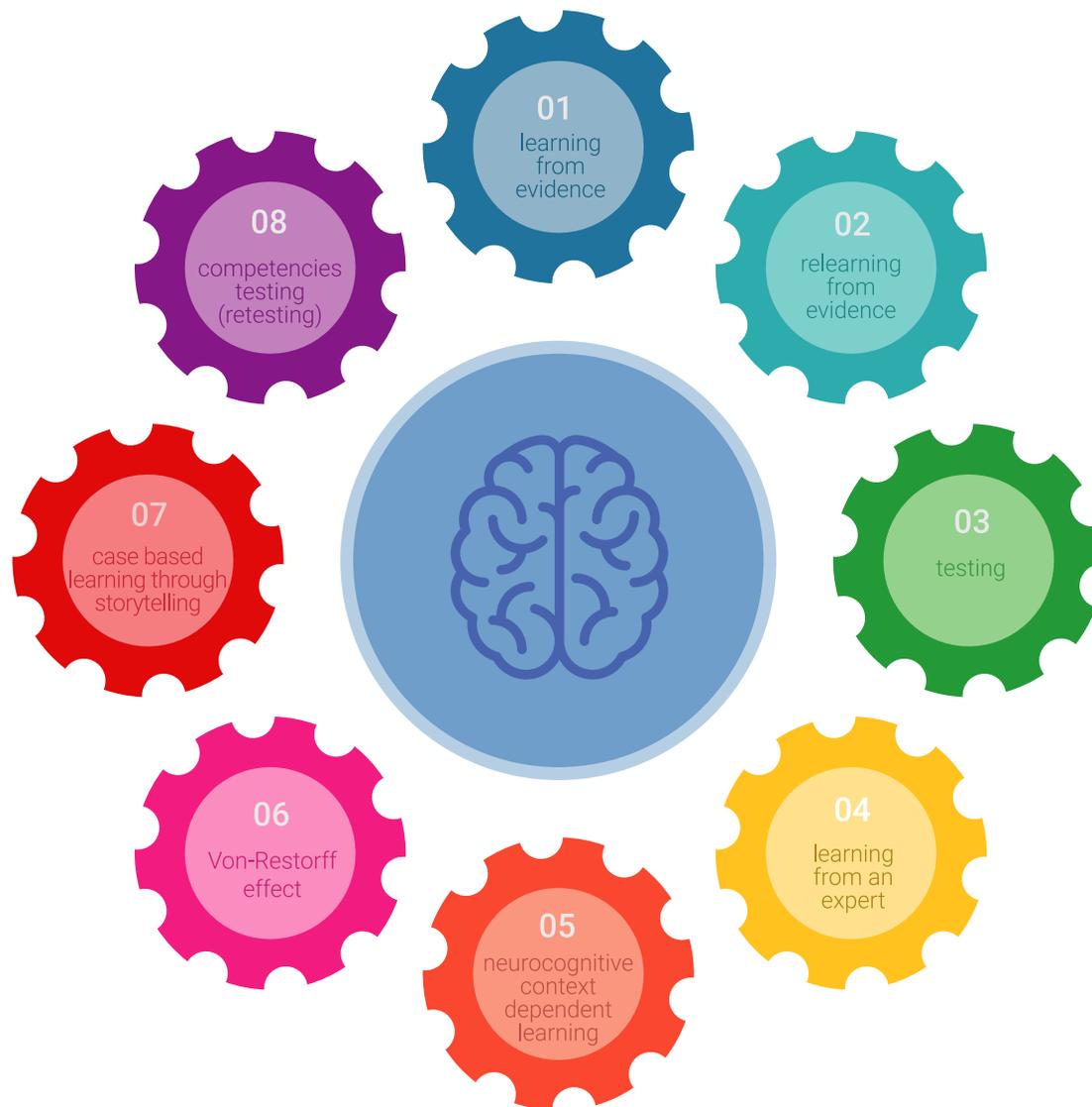
TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

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.



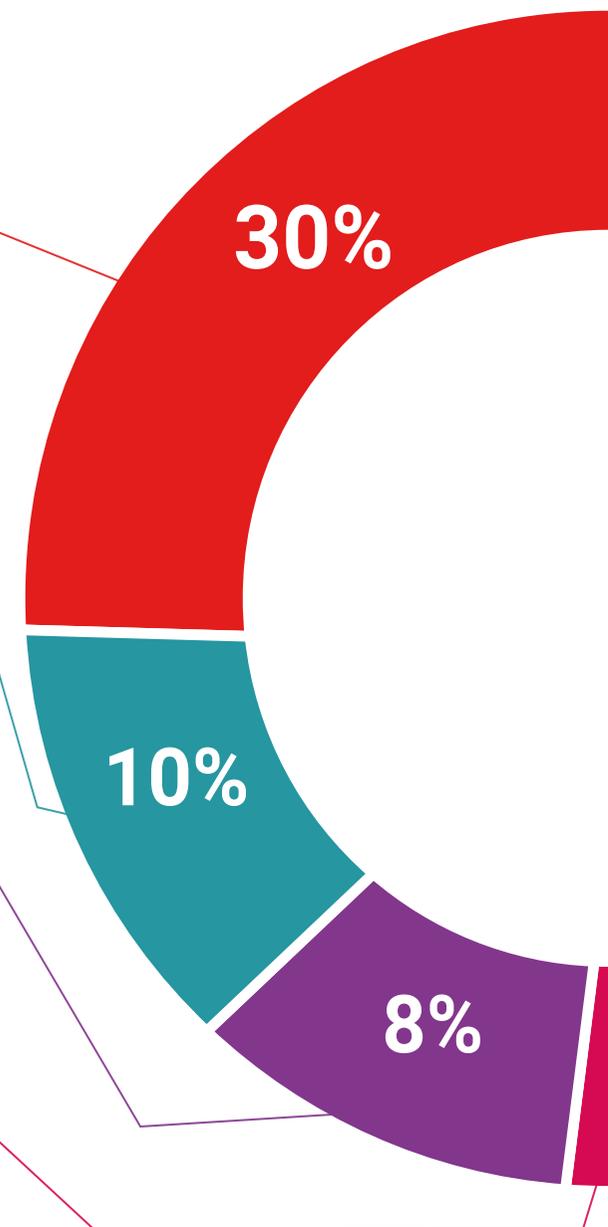
Pratiques en compétences et aptitudes

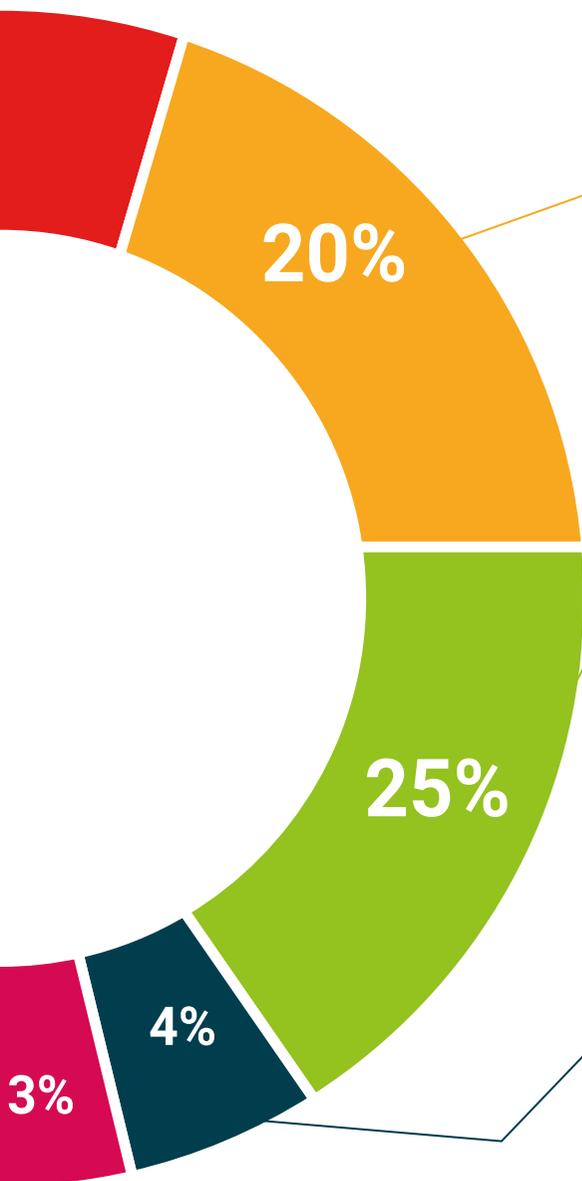
Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle 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 garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Certificat délivré par TECH Université Technologique.



“

*Terminez ce programme avec succès
et recevez votre diplôme sans avoir
à vous soucier des déplacements ou
des formalités administratives”*

Ce **Certificat en Copywriting** contient le programme le plus complet et actualisé du marché.

Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier* avec accusé de réception son diplôme de **Certificat** délivrée 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**

Modalité: **en ligne**

Durée: **12 semaines**



*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

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 semaines
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat Copywriting

