



PRODUCT
MANAGERS

Memento de l'écrit efficace

LE MARKETING PRAGMATIQUE DES ENTREPRISES HIGH TECH

Communiquer, c'est vérifier que l'autre a compris

1. Organiser et présenter les informations
la fiche signalétique
2. Intéresser la cible
les 4 niveaux d'information
3. Rédiger en 3 étapes
4. Best-practices de l'écriture
pour être lu, compris et mémorisé

1. Organiser et présenter les informations

La Fiche signalétique – Etape indispensable avant de se lancer

Définir la cible	A qui est destiné l'écrit ? → Le journal ciblé, la rubrique visée, les lecteurs
Identifier l'objectif (pour l'auteur)	S'exprime par un verbe d'action Informé, expliquer ou obtenir une parution, obtenir un RV (pour un courrier commercial)
Définir le message essentiel	Quelle idée veut-on transmettre à la cible? Message que l'on retrouve dans le premier paragraphe de l'écrit Doit répondre aux questions du lecteur : Quoi ? Qui ? Où ? Quand ? Comment ? Pourquoi ? (règle de QQCOQP)
Le thème	Donne l'essence même du texte, point d'entrée en 2-3 mots
L'angle	Manière d'aborder le thème 2-3 mots (thème et angle guident pour écrire le texte)
Choisir un titre accrocheur	Doit éveiller l'intérêt du lecteur à poursuivre sa lecture A partir des mots du thème et de l'angle Souvent défini après la rédaction de l'article

2. Intéresser la cible

Respecter les 4 niveaux d'information d'un texte :
Adopter un plan pyramidal inversé

Essentiel

Savoir

Domaine de l'essentiel
Le lecteur veut d'abord savoir

Comprendre

Domaine du nécessaire
pour comprendre les mécanismes

Maitriser
le contexte

Domaine de l'utile
Le lecteur veut saisir les implications

En savoir
plus

Domaine de l'optionnel
Pour aller plus loin, informations pour approfondir le sujet

Détail

3. Rédiger en 3 étapes

Intéresser et convaincre la cible

La production	Ecrire le brouillon <ul style="list-style-type: none">- Ecrire, en pensant à la cible, l'objectif, le message essentiel, le thème et l'angle- Se servir de la fiche signalétique – diapo 3
La réécriture	Travailler sur le fond, la qualité de l'information <ul style="list-style-type: none">- Se mettre à la place du lecteur- Répondre aux 6 questions du lecteur : quoi ? qui ? où ? quand ? comment ? pourquoi ? (règle de QQCOQP)- Hiérarchiser les idées : de l'essentiel au détail - Plan en pyramide inversée – diapo 4- Travail sur les paragraphes, les phrases et les mots
L'organisation	Mettre forme, habiller le texte <ul style="list-style-type: none">- Soigner la mise en page, créer des points d'entrée dans le texte- Choisir des Titres – Sous-titres, pertinents et accrocheurs- Bien choisir l'attaque (1ère phrase) et la chute (dernière impression)- Insérer des illustrations toujours légendées

4. Best-practices de l'écriture

Pour être lu, compris et mémorisé !

Les paragraphes	<ul style="list-style-type: none">- 1 idée = 1 paragraphe – Scinder les idées en paragraphes- Hiérarchiser - message essentiel dans le premier §- Ordonner les paragraphes - plan en pyramide inversé , de l'essentiel au détail- 1 paragraphe = 3 phrases max
Les phrases	<ul style="list-style-type: none">- Message essentiel au début de la phrase- Adopter un style factuel, rédiger au présent- Phrases simples : sujet – verbe – complément- Phrases courtes : 12 à 15 mots maxi par phrases- Choix d'un vocabulaire compris par la cible- Préférer verbes d'action- Respecter ponctuation
Les mots	<ul style="list-style-type: none">- Mots précis et justes, concrets et imagés - les mot-outils- Supprimer les redondances (répétitions, formules creuses..)- Employer des synonymes- Eviter le jargon, les sigles, les abréviations
Mise en forme	<ul style="list-style-type: none">- Créer des niveaux de lecture : encadrés, visuels, pavés- Illustrations de bonne qualité, attention au droit d'auteur- Citer les sources- Police et couleurs sobres



PRODUCT
MANAGERS

Merci

Véronique Devienne
vdevienne@product-managers.com

+33 6 08 71 83 58

LE MARKETING PRAGMATIQUE DES ENTREPRISES HIGH TECH