



Check-list | 5 conseils pour bien écrire pour le web

1

Donnez un titre accrocheur à votre contenu

- Soyez convaincant et direct** : expliquez au lecteur l'avantage de poursuivre sa lecture.
- Annoncez la couleur** : indiquez le sujet du texte en début de titre.
- Soyez clair** : évitez jargon, abréviations et termes complexes.
- Restez bref et concis** : limitez vos titres à 8 à 10 mots.
- Questionnez votre lecteur** : formulez votre titre en interrogation.
- Suscitez l'intérêt** : piquez la curiosité du lecteur, sans l'induire en erreur. Chaque titre est une promesse à tenir !

2

Engagez la conversation avec vos lecteurs

- Écrivez comme vous parlez** : une rédaction web trop formelle instaure une distance.
- Pensez au lecteur** : considérez-le comme une personne, pas comme un public indéfini.
- N'utilisez pas un style impersonnel** : employez la première personne (« je » ou « nous ») et adressez-vous directement au lecteur (« vous »).
- Interpellez l'internaute** : intégrez-le dans votre contenu et questionnez-le.
- Soyez naturel** : rédigez des phrases courtes. Parfois même sans verbe. Ou en commençant par une conjonction.
- Utilisez l'émotionnel comme levier d'engagement** : ne laissez pas votre lecteur indifférent, faites parler votre personnalité.
- Rédigez des textes fluides** : relisez-les à voix haute. Ce ne sont ni des discours ni des dissertations.



3

Focalisez-vous sur vos clients

- Mettez vos clients en exergue** : utilisez au maximum le «vous» plutôt que le «je» ou le «nous».
- Faites preuve d'empathie.**
- Identifiez leurs problèmes et répondez-y en présentant les avantages de vos solutions.**
- Employez leur vocabulaire et des exemples de leur réalité.**

4

Rendez vos contenus faciles à lire

- Ne vous éparpillez pas** : couvrez un seul thème au sein d'un même contenu.
- Adoptez la pyramide inversée** : commencez par la conclusion, puis détaillez.
- Soyez bref** : rédigez des phrases de 10 à 15 mots. Et des paragraphes de maximum 3 phrases, avec une idée par paragraphe. Séparez-les par des intertitres.
- Utilisez des listes à puces ou numérotées.**
- Restez simple** : employez la voix active, un style direct et rythmé, des phrases simples.
- Évitez les mots compliqués et le jargon.**
- Mettez les mots importants en gras.**
- Aérez avec du visuel** : intégrez des images, vidéos et graphiques utiles et informatifs.

5

Incluez un call to action (appel à l'action)

- Utilisez un seul call to action** : le lecteur risque de se sentir perdu s'il a trop d'options.
- Répétez le call to action sous différentes formes** : un lien, un bouton, un visuel...
- Soyez bref et concret.**
- Utilisez des termes positifs** : « Trouvez la voiture de vos rêves » plutôt que « Cherchez la voiture de vos rêves ».
- Privilégiez la voix active et même l'impératif.**
- Tenez votre promesse** : gardez une cohérence entre le call to action et le résultat de l'action.