

Lotfi Benyelles

Le guide du COPYWRITING et

4 lettres de vente qui amélioreront votre écriture sur le web.



lotfi.marketing

Table des matières

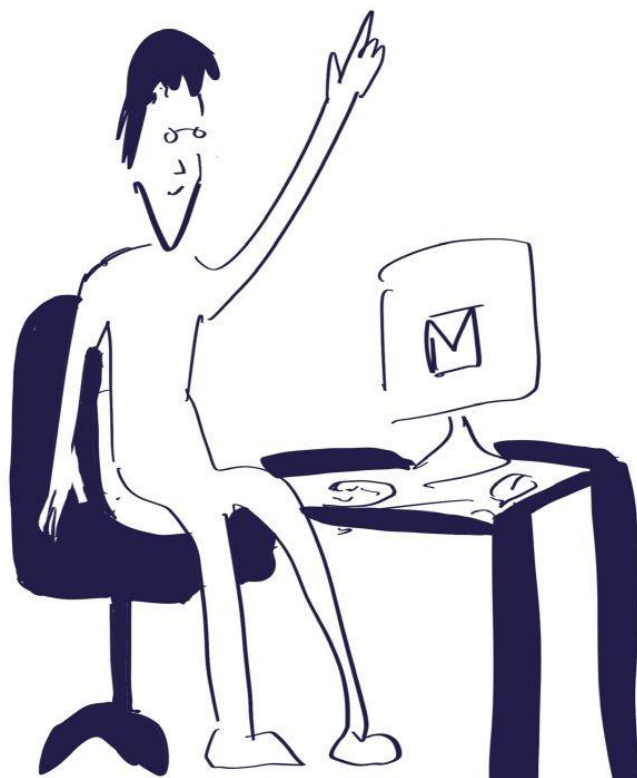
Chapitre 1 : Qu'est-ce que le copywriting ?	3
Chapitre 2 : La formule AIDA	22
AIDA, « ATTIREZ L'ATTENTION ET MAINTENEZ L'INTÉRÊT »	22
Les quatre étapes de la formule AIDA	24
Chapitre 3 : Améliorer son copywriting en réécrivant des lettres de ventes	26
Lettre 1 : « Comment bénéficier de prestations sociales dès aujourd'hui et jusqu'à la fin de vos jours »	27
1- Le produit	32
2- La cible	33
3- La lettre de vente (Analyse AIDA)	34
4- Le traitement des « Objections »	39
Lettre 2 : Les stars d'Hollywood ne jurent plus que par elle : Une nouvelle formule incroyable venue de Beverly Hills vous rajeunit de plusieurs années	43
<i>Par Gary C. Halbert</i>	43
1- Le produit	47
2- La cible	47
3- La lettre de vente (Analyse AIDA)	48
4- Le traitement des objections	51
Lettre 3 : Êtes-vous du genre à faire ce type d'erreur en français ?	53
1- Le produit	63
2- La cible	63
3- La lettre de vente (Analyse AIDA)	65
4- Le traitement des objections	69
Lettre 4 : Ils ont ri quand je me suis assis au piano. Mais quand j'ai commencé à jouer !	71
1- Le produit	80
2- La cible	81
3- Analyse AIDA	82
4- Traitement des Objections	84

Chapitre 1 : Qu'est-ce que le copywriting ?



Le copywriting une discipline dont le personnage principal est le copywriter. C'est lui qui trouve les mots et formule les messages de façon à mieux vendre.

VOICI L'HISTOIRE D'ERWAN



Erwan m'a envoyé un mail hier

On Tue, Sep 25, 2018 at 7:34 AM "Erwan [REDACTED]" <[REDACTED]> wrote:

Bonjour Lotfi,

Après avoir consulté votre profil sur LinkedIn, je me permets de vous contacter directement par mail.

Je voudrais vous parler personnellement puisque nous réalisons des vidéos explicatives pour des entreprises spécialisées dans le conseil et l'audit.

Je souhaite échanger avec des professionnels du secteur, afin de déterminer si la vidéo peut être utile pour votre département.

Auriez-vous 15 minutes à m'accorder pour un échange téléphonique ?

N'hésitez pas à me dire si vous n'êtes pas le bon interlocuteur.

PS: Voici une vidéo réalisée pour votre secteur d'activité :

[https://youtu.be/\[REDACTED\]](https://youtu.be/[REDACTED])

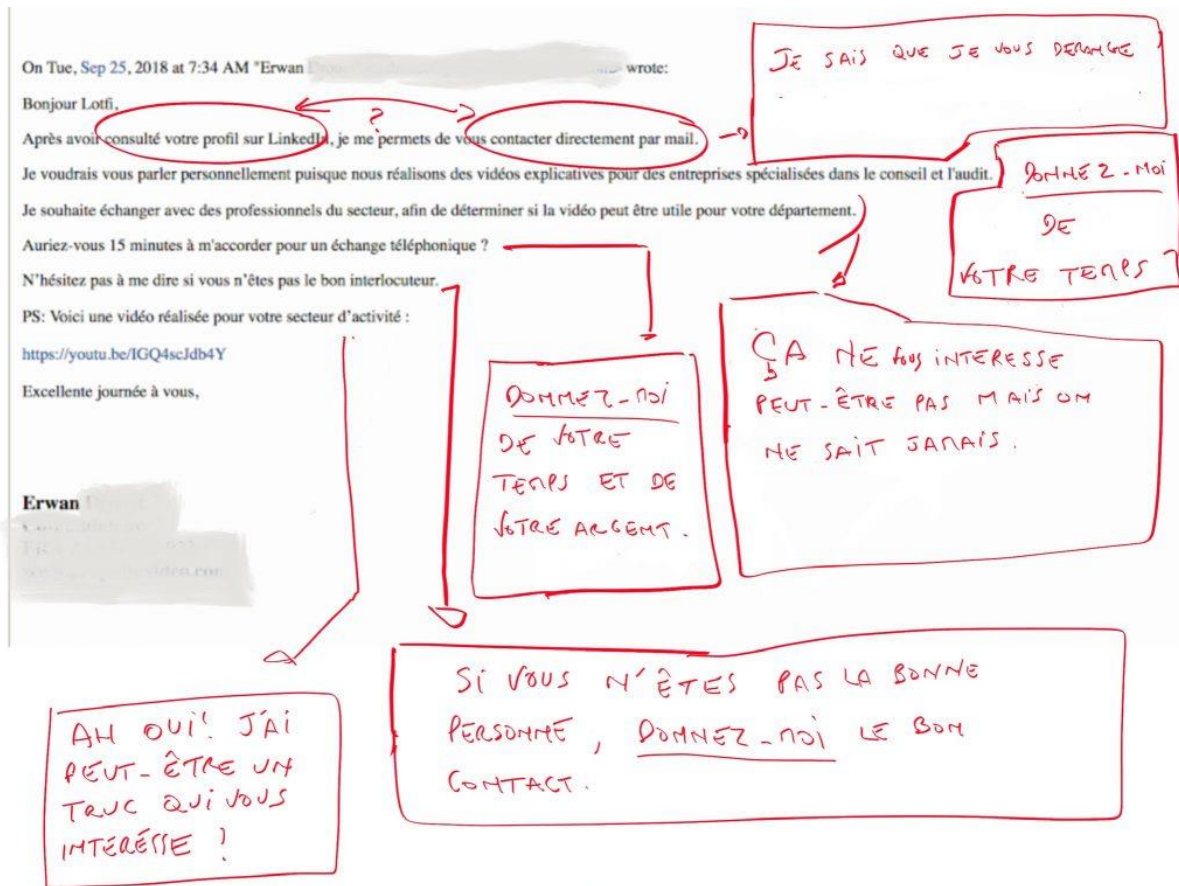
Excellente journée à vous,

Erwan [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
www.papadimitriou.com

Le taf d'Erwan, c'est d'écrire des dizaines d'emails de ce type et d'essayer d'obtenir des réponses pour que des clients lui achètent ses montages vidéo ou audio.

En fait, très peu de gens lui répondent :(

Voici ce que son message fait passer comme idée :



Erwan commet l'erreur la plus courante dans l'emailing de vente : il ne cherche pas à convaincre.

- Erwan se désintéresse totalement du problème de sa cible
- Il se focalise sur ses propres services et son seul intérêt
- Il se met trois fois en situation de demandeur sans même savoir si son sujet m'intéresse

Ce type d'email n'a aucune efficacité. Il est mal rédigé. Il prend pourtant du temps à préparer et à envoyer. Et à la fin, le lecteur les jette mécaniquement à la poubelle sans même les consulter...

Tout le monde est perdant, à commencer par Erwan.

Quelques jours plus tard, Erwan retente sa chance.

On Tue, Oct 2, 2018 at 7:03 AM "Erwan [REDACTED]" wrote:

Bonjour Lotfi,

J'imagine que vous n'êtes pas disponible, je voulais simplement savoir si vous avez eu l'occasion de lire mon précédent mail.
Ma proposition d'un échange par téléphone tient toujours.

Auriez-vous prochainement, un créneau de 15 minutes à m'accorder ?

Je vous présenterai les services que nous proposons pour nos vidéos (prises de vue réelles, motion design, 3D...) en fonction de vos besoins en communication.

Merci d'avance pour votre retour,

PS: si vous ne l'avez pas déjà fait, n'hésitez pas à consulter notre portfolio.

A bientôt

Erwan [REDACTED]

ERWAN PARLE ENCORE UNE FOIS DE LUI ET NE S'INTÉRESSE TOUJOURS PAS AUX PROBLÈMES DE SON PROSPECT.

LE MOT PROPOSITION À CE STADE EST IRRITANT

LISTE À LA PREVERT PAR AILLEURS, IL S'AGIT TOUJOURS DES PRODUITS D'ERWAN ET NON DES BESOINS DE SA CIBLE

APPEL À L'ACTION TROP GÉNÉRAL.

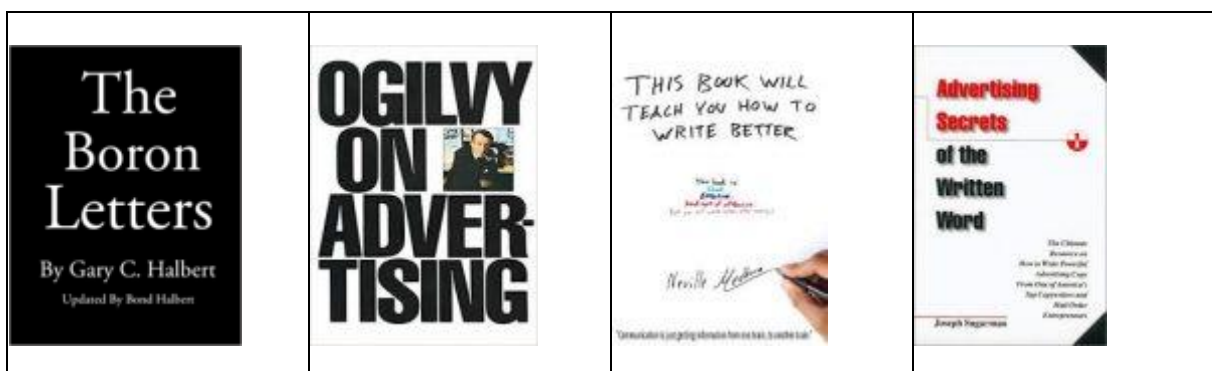
Et il n'a pas plus de succès.



Découragé, Erwan peste contre son taf à la c..



En fait Erwan pourrait arrêter de perdre son temps s'il s'intéressait au "Copywriting." De nombreux ouvrages sont disponible sur le sujet. Malheureusement, les plus intéressants sont en anglais et n'ont pas été traduits.



Le job du copywriter, c'est :

Convaincre votre lecteur à s'engager avec vous.

Lui donner généreusement quelque chose qui a de la valeur pour lui plutôt que de lui demander des choses.

L'accompagner jusqu'au moment où il aura pris la décision de vous acheter votre produit parce qu'il apprécie votre travail.

C'est à l'opposé d'un spamming avec des offres qui ne l'intéressent pas.

Quelques mois ont passé et Erwan a bossé. Il a lu les bouquins en question, s'est entraîné à écrire des [lettres de de ventes](#) et s'est même amusé à corriger les emails de prospection qu'il recevait.

Et les résultats sont là.

A : contact@lotfi.marketing

A propos de votre Podcast

Bonjour Lotfi,

Je viens de faire un tour sur votre site et vos podcasts m'ont paru très intéressants.

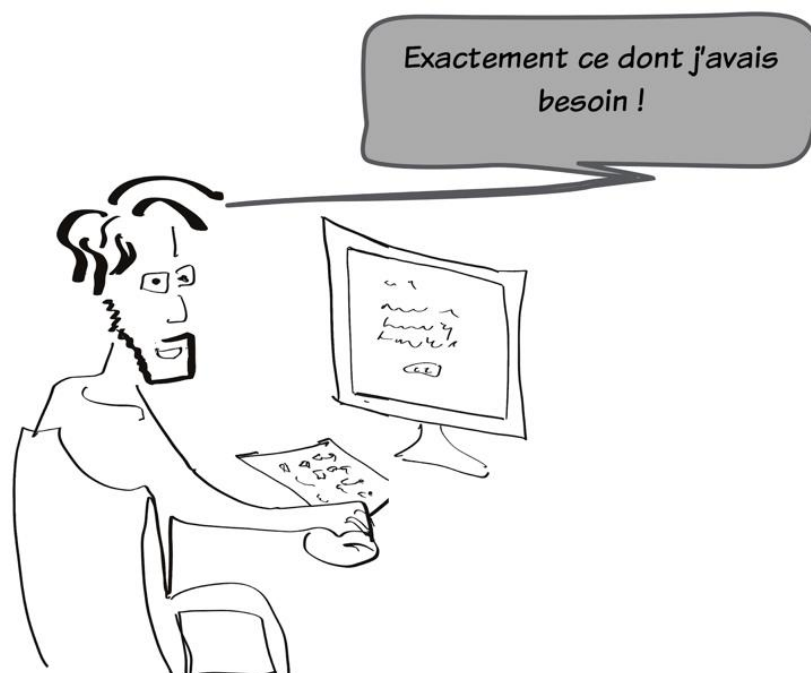
Savez-vous que nous avons aidé plusieurs podcasters spécialisés dans l'économie, le marketing et l'entrepreneuriat à gagner en audience (parfois jusqu'à +800%). Et en 3 mois seulement.

Ecoutez ici le travail que nous avons fait pour Lucas Sotinel dont le podcast est spécialisé sur le marketing Instagram. Son podcast est maintenant en page d'accueil de l'itunes store.

Si vous le souhaitez, je vous transmets notre guide « Devenez un podcaster de référence sur votre marché ».

A bientôt,
Erwan

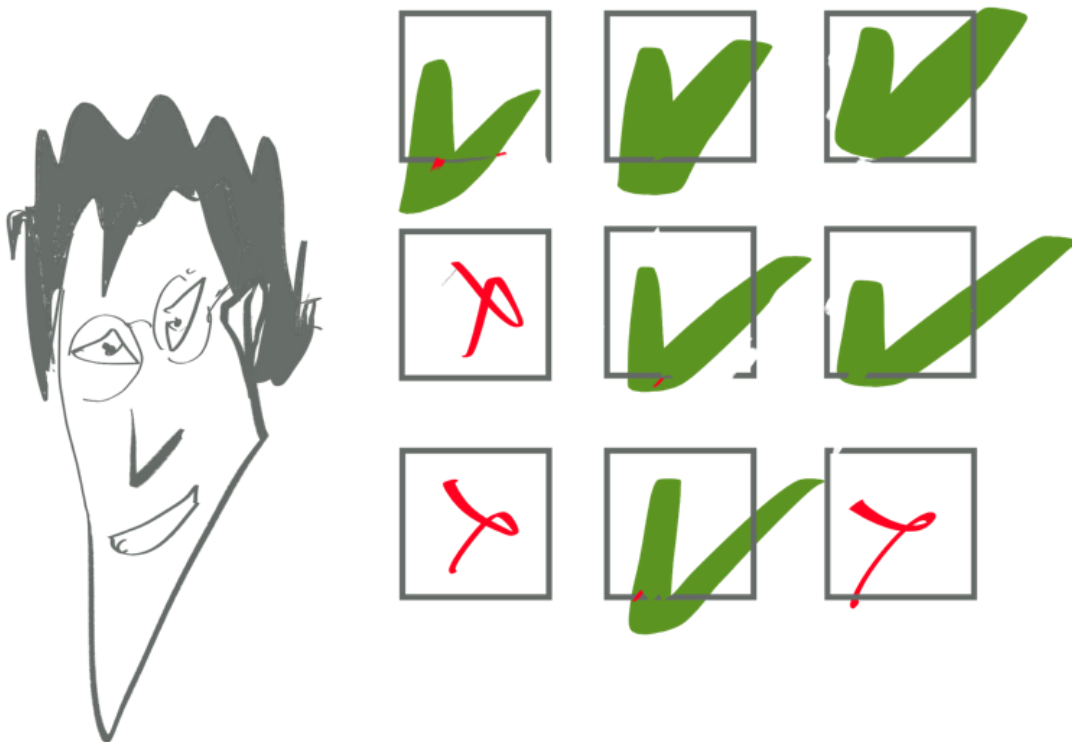
Maintenant sa proposition éveille ma curiosité et je lui en demande plus.



C'est cool pour moi, mais c'est aussi cool pour Erwan, je ne suis pas le seul à lui répondre!

Au fur et à mesure que sa liste de contacts augmente, ses rendez-vous de vente augmentent également.

Cela uniquement grâce à la réécriture de sa page de vente.



La force du copywriter, c'est qu'il se focalise sur la qualité de son message. Maintenant, les mots "Copywriting" et "Copywriter" sont des mots fourre-tout. Le copywriting recouvre plusieurs choses différentes.

Copywriting pour le SEO

Le SEO (search engine optimization ou optimisation pour les moteurs de recherches) consiste à améliorer son référencement Google.

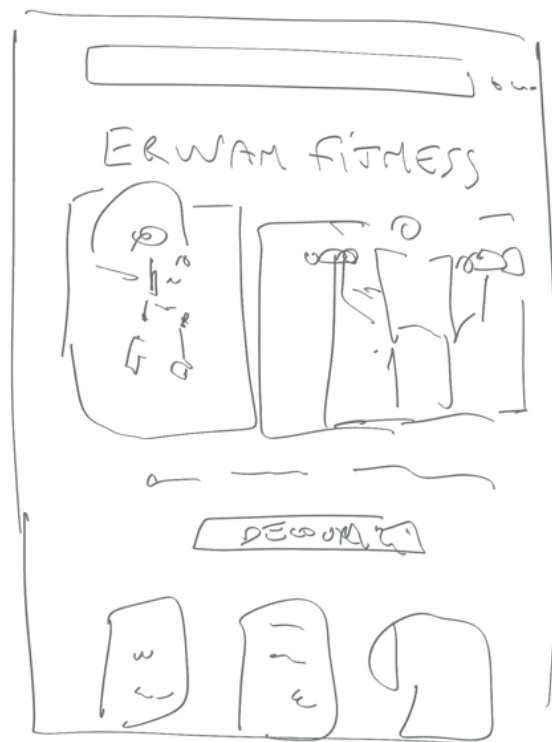
En gros

- Trouver un mot clé pour lequel il sera facile de bien se positionner sur Google,
- Écrire un contenu sur le sujet
- Travailler pour que ce contenu soit bien placé dans les moteurs de recherche

Revenons à Erwan qui a décidé de changer de vie

Il quitte Paris et retourne à Vannes où il se lance dans le matériel fitness et en particulier des cordes à sauter fabriquées localement.

Il fait lui-même son site web en suivant bien les instructions [d'un site de vente qui convertit.](#)



Ensuite il se met à rédiger des articles de blog sur le sujet. Pour ça, il se met à chercher un mot clé autour du sujet des cordes à sauter.

Il utilise par exemple l'outil [Ubersuggest](#) de Neil Patel et voici ce qu'il trouve.

corde à sauter
Fr / Fr
Q

93 Keyword Ideas Filters

<input type="checkbox"/>	KEYWORD	VOL	CPC	PD	SD
<input type="checkbox"/>	corde a sauter	14.800	€0.56	96	46
<input type="checkbox"/>	corde à sauter	3.600	€0.59	98	44
<input type="checkbox"/>	corde à sauter decathlon	590	€0.22	100	36
<input type="checkbox"/>	corde à sauter chanson	590	€0.00	1	6
<input type="checkbox"/>	corde à sauter crossfit	260	€0.91	100	36
<input type="checkbox"/>	corde a sauter lestée	210	€0.37	100	36
<input type="checkbox"/>	corde à sauter intersport	210	€0.28	54	22
<input type="checkbox"/>	corde à sauter en anglais	210	€0.00	1	5
<input type="checkbox"/>	corde à sauter calorie	170	€0.00	1	6
<input type="checkbox"/>	corde à sauter pour maigrir	140	€0.00	9	8
<input type="checkbox"/>	corde à sauter fitness	110	€0.56	100	36
<input type="checkbox"/>	corde à sauter boxe	110	€0.34	100	36
<input type="checkbox"/>	corde à sauter connectée	110	€0.25	100	36

Export to CSV
Copy to Clipboard

Un des résultats attire tout de suite son attention.

93 Keyword Ideas

<input type="checkbox"/>	KEYWORD	VOL	CPC	PD	SD
<input type="checkbox"/>	corde à sauter	14.800	€0.56	96	46
<input type="checkbox"/>	corde à sauter	3.600	€0.59	98	44
<input type="checkbox"/>	corde à sauter decathlon	590	€0.22	100	36
<input type="checkbox"/>	corde à sauter chanson	590	€0.00	1	6
<input type="checkbox"/>	corde à sauter crossfit	260	€0.91	100	36
<input type="checkbox"/>	corde à sauter lestée	210	€0.37	100	36
<input type="checkbox"/>	corde à sauter intersport	210	€0.28	54	22
<input type="checkbox"/>	corde à sauter en anglais	210	€0.00	1	5
<input type="checkbox"/>	corde à sauter calorie	170	€0.00	1	6
<input type="checkbox"/>	corde à sauter pour maigrir	140	€0.00	9	8
<input type="checkbox"/>	corde à sauter fitness	110	€0.56	100	36
<input type="checkbox"/>	corde à sauter boxe	110	€0.34	100	36
<input type="checkbox"/>	corde à sauter connectée	110	€0.25	100	36

Export to CSV Copy to Clipboard

UN MOT CLÉ INTERESSANT

ET PEU DE MONDE POSITIONNÉ DESSUS.

Maintenant, Erwan sait sur quoi écrire.

Erwan peut écrire un très bon article sur les cordes à sauter et le positionner de manière avantageuse sur la première page de Google avec ce titre d'article :

Une corde à sauter pour brûler vos calories



Erwan rédige son article et il s'applique car il souhaite que ce dernier soit lu et apprécié par son public.

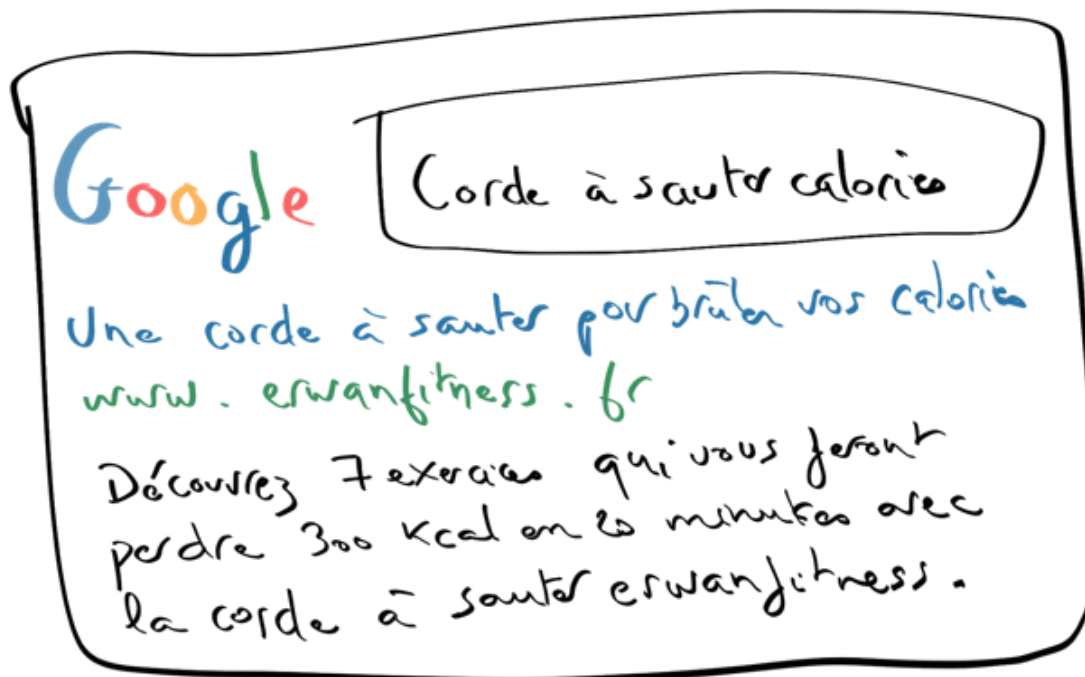
Il donne plein d'informations : comment fonctionne l'élimination des calories, pourquoi la corde à sauter est idéale pour le cardio, sa simplicité d'usage et de transport, quelques techniques pour varier les exercices et progresser rapidement, etc.

Pour renforcer les chances de référencement de son produit, il écrit également un petit article invité pour un blogueur fitness reconnu.

Il en profite pour qu'un lien en bas de l'article invité renvoie vers l'article publié sur son blog à lui.

Au bout de quelques jours, son article sur la corde à sauter et les calories rencontre beaucoup de succès. Il est très partagé et d'autres sites font des liens vers le sien.

Les moteurs de recherche prennent en compte l'intérêt de son site et placent son article en tête de liste dès que quelqu'un saisit sur la barre de recherche "corde à sauter calories".



Si votre objectif est l'amélioration de votre SEO, il n'y a donc pas d'autre option que de faire comme Erwan et de travailler la qualité de vos contenus.

Des sociétés vous proposent parfois leur service de "Copywriting SEO" ou de "Rédaction web SEO", il faut les ignorer. Les moteurs de recherche favorisent des contenus pour lesquels ils constatent des backlinks et de l'engagement. Et ça, seul un contenu travaillé et qui intéresse des vrais gens permet de l'obtenir.

A l'origine, le mailing à réponse directe

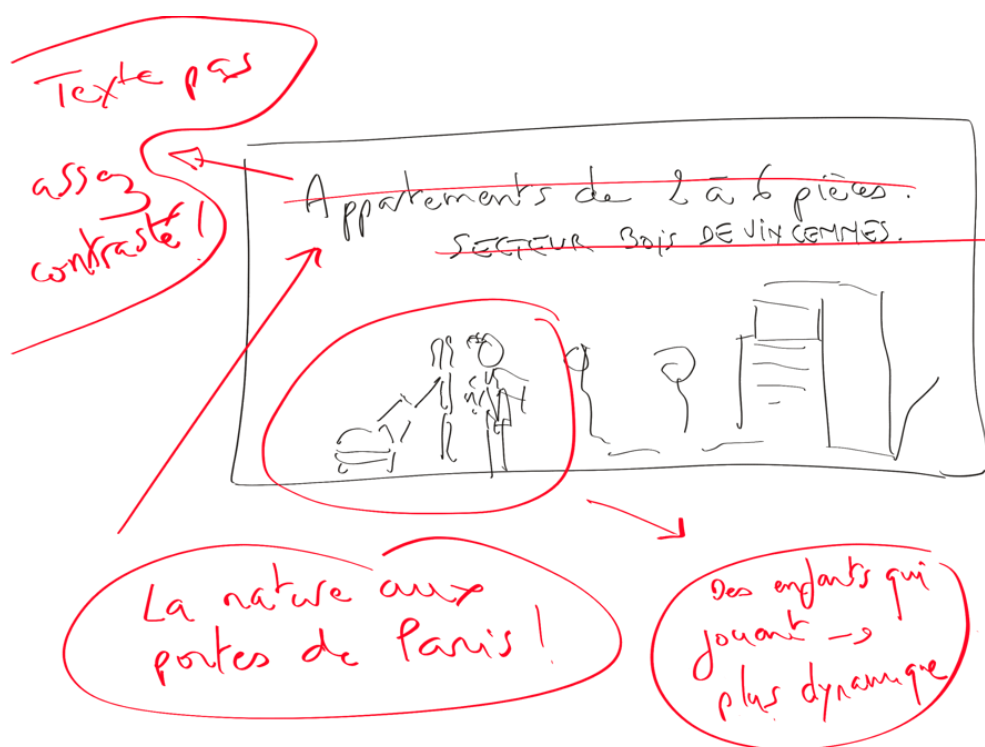
Avant l'internet, la seule façon d'atteindre une audience importante était le mailing direct par courrier.

C'est peut-être vieux, mais il nous arrive encore de recevoir des courriers papiers nous encourageant à acheter des produits.

Aujourd'hui le champ du copywriting s'est considérablement élargi.

Mais pour devenir un bon copywriter, l'étude de lettres de vente à l'ancienne reste le meilleur exercice.

Un de mes exercices favoris est de réécrire des lettres de vente que je reçois dans ma boîte aux lettres.



Stan Leloup, dans cet [interview](#), fait le même aveu. Un copywriter aguerri a tendance à reformuler tous les messages commerciaux qui lui passent sous le nez :)

Sur quels supports le copywriter intervient ?

Voici quelques exemples de thèmes où le copywriting est utilisé aujourd'hui :

- Lettre de vente
- Publicité dans les magazines
- Journaux
- Vidéos de vente
- Podcasts
- Rendez-vous téléphonique
- Posts de blog
- Présentations publiques
- Webinaires
- Emails de ventes
- Newsletters abonnés
- La publicité sur les réseaux sociaux
- Etc.

Il y a quelques années encore, l'enjeu pour de nombreux commerçants était d'être en ligne. D'avoir une boutique ou un blog et produire du contenu.

Mais aujourd'hui, ce n'est plus suffisant, on peut disposer d'une boutique en ligne en quelques jours et pour un montant très bas.

Ce qui différencie les sites entre eux, c'est l'effort qu'ils mettent à convaincre un client. Le persuader qu'il va trouver ici une solution à son problème.

Le copywriting permet d'acquérir cette compétence.

Je travaille comme consultant pour aider les entreprises dans l'amélioration de leur conversion. La plupart du temps, le travail le plus déterminant à faire avec elles est celui de la réécriture de pages de vente qui convertissent très mal.

Dans ce type d'intervention, ce ne sont généralement pas que les pages de ventes qui sont faibles, mais l'ensemble de la séquence de conversion : les emailings, les newsletters, les posts sur les réseaux sociaux, etc.

La réécriture permet d'améliorer drastiquement les résultats de la plupart des pages et des emailings envoyés.

Consultez les [guides gratuits](#) du site, ceux-ci vous permettront de commencer à améliorer votre écriture et la rendre plus convaincante.

Chapitre 2 : La formule AIDA

AIDA, « ATTIREZ L'ATTENTION ET MAINTENEZ L'INTÉRÊT »





A.I.D.A. est un modèle narratif utilisé dans la vente et qu'il faut connaître lorsque l'on souhaite rédiger des bonnes pages ou lettres de vente.



Le modèle **A.I.D.A.** a été formulé en 1898 par le publicitaire **Elias St. Elmo Lewis** dans la revue "*The Western Druggist*".

La légende veut que **Lewis ait abouti à cette formule en observant les techniques de persuasion des** bonimenteurs de foire qui traversaient les villes du Far West en proposant des lotions et des remèdes pour soigner tout type de maux.

En fait, cette légende est trop belle. La contribution de Lewis au métier de la vente et du marketing a toujours été solidement étayée par des études sociologiques et psychologiques et des années de pratique.

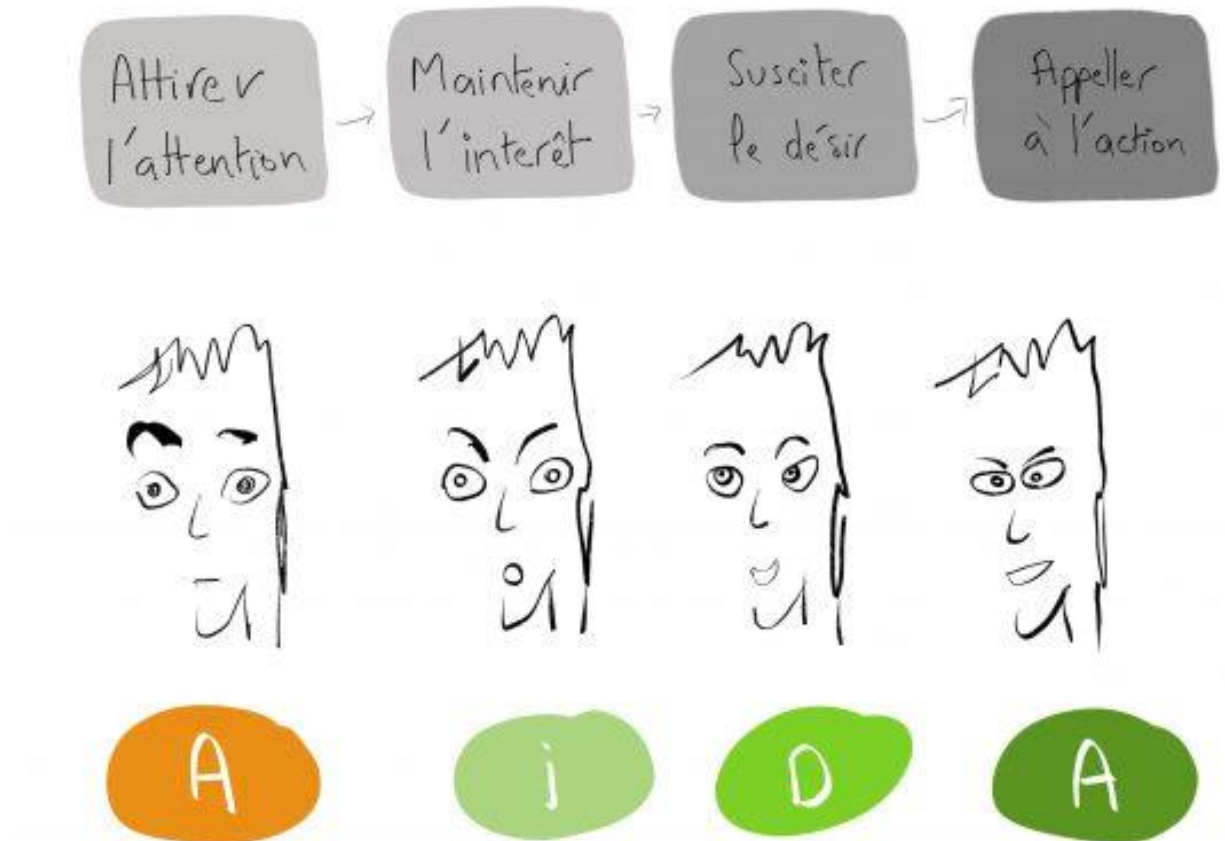
Les quatre étapes de la formule AIDA

Pour Lewis, toute communication commerciale réussie passe par quatre étapes

- **A**ttention : Attirer l'attention du prospect en employant un vocabulaire adapté ;
- **I**ntérêt : Susciter son intérêt en mettant en avant des expériences et des situations ;
- **D**ésir : Éveiller le désir en mettant en avant des émotions (peur et douleur en particulier) ;

- **Action** : L'engager à agir (s'abonner, revenir, acheter, etc.).

Il est impossible de susciter l'intérêt d'un lecteur et de l'engager si on n'a pas au préalable fait l'effort d'attirer son attention.



C'est le problème de la plupart des mailings, notamment ceux envoyés par Erwan au début de ce guide

Chapitre 3 : Améliorer son copywriting en réécrivant des lettres de ventes

Maintenant, nous rentrons dans le vif du sujet.

Voici 4 lettres de vente à recopier et à analyser.

En les recopiant, vous vous familiariserez avec la séquence AIDA au point où vous l'emploierez sans même vous en rendre compte.

Cet exercice vous vous permettra d'améliorer l'ensemble de vos contenus.

Lettre 1 : « Comment bénéficier de prestations sociales dès aujourd'hui et jusqu'à la fin de vos jours »

par Jack Haslinger *

How to collect from Social Security at any age!

Would you like to know how much money you have invested in Social Security right to the penny? Then would you like to know how to get the most from that investment including all the brand new Social Security benefits? Now you can do both by using the short easy coupon at the bottom of this page. Here is the way it works. The left half of the coupon will be sent to the proper government office. They will run a check on your account and then send you a report in a confidential sealed envelope. This report will tell you how much of your earnings have been recorded in your Social Security account year by year. There is no charge for this service, not even postage.

The right half of the coupon will be used as a shipping label to send you a copy of a new book entitled, "How to collect from Social Security at any age." If you think that you have to wait until retirement age to start collecting your Social Security benefits, this book will really open your eyes. Here are some of the little-known facts about Social Security you will find out about in this book:

- How to increase the amount of your payment if you are already on Social Security.
- How to collect your share of the brand new Social Security benefits just passed by Congress.
- How to qualify for Social Security disability pensions at any age.
- How to increase your Social Security benefits.
- How to report your Farm income for Social Security.
- How to make your whole family



by Jack Haslinger

eligible for Social Security benefits, even your youngest children.

- How to replace a lost Social Security card.
- How to replace a lost Social Security check.
- How to get a refund if you have overpaid your Social Security taxes. (Studies show that two out of three people overpay.)
- How to figure out what your Social Security retirement payments should be.
- Should you tattoo your Social Security number on your body?
- What papers do you need in order to file a Social Security claim?
- How ten million people who are only 30 years old, on the average, collect Social Security.

• Should you get a divorce in order to get more Social Security? (a lot of people already have.)


- Should you have two Social Security cards?
- How to get a huge lump sum Social Security payoff.
- How to make sure your employer is not cheating you on your Social Security.
- How you may be cheating yourself out of your Social Security benefits.
- When are the five times you should get in touch with your Social Security office?
- How to work and still get Social Security benefits.
- How to cash in on Social Security even if you've never paid a penny

into it.

- How to get hospital and medical insurance for the aged.
- How students between the ages of 18 and 22 can get Social Security cash benefits.
- How to get the special Social Security benefits that are only for veterans.

Although this book can mean hundreds and perhaps thousands of dollars to you, it is priced at only \$3.00. Remember, it is not enough to qualify for your Social Security benefits. To get your benefits you must know how to apply for them. The book tells you how to qualify, who to contact—including all necessary addresses, and what to say. This is a 100% no risk offer. If you do not like the book, return it and your \$3.00 will be immediately refunded. You will still get the confidential report on your Social Security account.

If you do not take advantage of your new Social Security benefits, you are only cheating yourself, after all, you have already paid for them. It is easy to start getting your new Social Security benefits. Just fill out both parts of the coupon below. Mail the coupon and \$3.00 in cash, check or money order to The Good News Publishing Co., 1818 Whipple Ave. N.W., Canton, Ohio, 44708. The book will be sent to you immediately by return mail. Your confidential Social Security report will be mailed to you separately as soon as the government has finished checking on your account. Checks and money orders should be made payable to The Good News Publishing Company.

	REQUEST FOR STATEMENT OF EARNINGS	SOCIAL SECURITY NUMBER	<input type="text"/>		
		DATE OF BIRTH	MONTH	DAY	YEAR
Please send a statement of my Social Security earnings to:					
NAME	STREET & NUMBER	CITY & STATE	ZIP CODE	Print Name and Address in Ink Or Use Typewriter	
<small>MR. MRS. MISS</small>					
SIGN YOUR NAME HERE (DO NOT PRINT)					
<small>Sign your own name only. Under the law, information in your social security record is confidential and anyone who signs another person's name can be prosecuted. If you have changed your name from that shown on your social security card, please copy your name below exactly as it appears on your card.</small>					

Please send me _____ copies of your report "HOW TO COLLECT FROM SOCIAL SECURITY AT ANY AGE" to the address below:

Make check payable to **THE GOOD NEWS PUBLISHING COMPANY**
1818 Whipple Avenue, N.W.
Canton, Ohio 44708

SHIPPING LABEL

NAME _____

ADDRESS _____

CITY _____

STATE _____ ZIP _____

44-49

Savez-vous combien d'argent vous avez placé jusqu'à ce jour dans la Sécurité sociale qui vient tout juste d'être réformée ? Alors vous souhaitez probablement savoir comment récupérer l'argent que vous avez investi ?

Vous pouvez parvenir à ces deux objectifs en utilisant le petit coupon au bas de cette page. Voici comment ça marche.

La partie gauche du coupon sera envoyée à l'administration fiscale. Celle-ci fera les vérifications nécessaires et vous enverra un rapport dans une enveloppe confidentielle sous scellés. Ce rapport vous indiquera le montant des revenus annuels enregistrés sur votre compte par la sécurité sociale, année par année. Ce service est gratuit, vous n'aurez même pas à payer les frais d'envoi.

La partie droite du coupon sera utilisée comme adresse de retour pour vous permettre de recevoir votre copie d'un nouveau livre intitulé « Comment bénéficiaire de prestations sociales dès aujourd'hui et jusqu'à la fin de vos jours ».

Si vous croyez que vous devez attendre votre retraite pour commencer à recueillir les bénéfices de vos contributions à la sécurité sociale, ce livre va enfin vous ouvrir les yeux. Voici quelques faits peu connus au sujet de la Sécurité Sociale que ce livre vous révélera :

- Comment accroître le montant de vos compensations si vous êtes déjà bénéficiaires de prestations sociales ?
- Comment récupérer la part de vos revenus versée à la sécurité sociale et qui vous revient de droit ?
- Comment faire valoir ses droits à des pensions d'invalidité à chaque âge ?

- Comment accroître les intérêts provenant des investissements réalisés par la sécurité sociale ?
- Comment déclarer vos revenus agricoles à la sécurité sociale ?
- Comment faire en sorte que votre famille entière « *touche les dividendes* », des revenus que vous avez investi dans la sécurité sociale, y compris vos enfants ?
- Comment faire refaire votre carte de sécurité sociale si vous l'avez perdue ?
- Comment faire remplacer votre talon de chèques de la sécurité sociale si vous l'avez perdu ?
- Comment obtenir un remboursement si vous avez payé trop de cotisations à la sécurité sociale (des études démontrent que les 2/3 des personnes paient des cotisations trop élevées par rapport à leurs revenus) ?
- Comment savoir quel revenu vous obtiendrez à la retraite ?
- Est-ce que vous devez vous faire tatouer votre numéro de sécurité sociale ?
- De quels papiers avez-vous besoin pour obtenir un remboursement auprès de la sécurité sociale ?
- Comment 10 millions de trentenaires obtiennent des revenus de la sécurité sociale ?
- Avez-vous vraiment besoin de divorcer pour disposer de plus de revenus de la part de la sécurité sociale (comme l'ont fait de nombreuses personnes) ?
- Avez-vous vraiment besoin de deux cartes de sécurité sociale ?

- Comment obtenir le remboursement d'une somme importante de la part de la sécurité sociale ?
- Comment être sûr que votre employeur ne sous-déclare pas vos revenus auprès de la sécurité sociale (la formule exacte : « *qu'il ne vous trompe pas auprès de la sécurité sociale* ») ?
- Pourquoi vous pourriez-être en train de vous arnaquer vous-même au sujet de vos revenus auprès de la sécurité sociale ?
- Quelles sont les cinq occasions où vous devez entrer en contact avec votre bureau de sécurité sociale ?
- Comment travailler et continuer à percevoir des revenus de la part de la sécurité sociale ?
- Comment percevoir des revenus de la part de la sécurité sociale sans avoir jamais versé une cotisation ?
- Comment bénéficier d'une assurance hospitalière et médicale si vous êtes une personne âgée ?
- Comment les jeunes de 18 à 22 ans peuvent toucher des revenus de la part de la sécurité sociale ?
- Comment toucher des revenus de sécurité sociale dédiés aux vétérans ?

Ce livre peut vous rapporter des centaines, voire des milliers de dollars. Pourtant, il ne vous en coûtera que 3 dollars. Rappelez-vous du fait qu'il ne suffit pas d'être éligible aux prestations sociales pour les toucher, ce livre vous expliquera comment toucher ces revenus. Il vous expliquera comment devenir éligible, qui

contacter (adresses comprises) et ce qu'il faut dire.

Cette offre est sans risque. Si le livre ne vous satisfait pas, renvoyez-le-nous et vous serez remboursé immédiatement, et en plus, vous conserverez le rapport confidentiel sur vos comptes sociaux.

Si vous ne profitez pas de vos avantages associés à la nouvelle sécurité sociale, vous vous arnaquez vous-même. Après-tout, vous les avez déjà payés.

Vous n'avez plus qu'à remplir les deux parties du coupon ici-bas. Renvoyez-le premier accompagné d'un billet de 3 \$ à Good News Publishing CO, 1818 Whipple Ave. NW Canton, Ohio, 44708.

Le livre vous sera envoyé immédiatement par retour de courrier.

Votre rapport de compte sociaux vous sera envoyé dès que le gouvernement aura vérifié vos comptes sociaux. Si vous choisissez de faire un règlement par chèque ou par transfert de fonds, merci de le faire à l'ordre de « The Good News Publishing Company ».

1- Le produit

Le produit : Ici, Halbert (qui signe sous le pseudo Jack Haslinger) va créer un produit d'information qui vous

permet de savoir qui peut ou non être bénéficiaire d'aides sociales

Ce produit précise également les démarches à suivre pour commencer à toucher les aides auxquels une personne est éligibles.

Toutefois, Gary C. Halbert utilise un vocabulaire très différent de celui de l'administration.

C'est ce qui fait la force de cette lettre de vente.

- Il présente les revenus sociaux comme des revenus de capitaux placés sur les marchés. Ce qui est en partie vrai suite à une réforme de la sécurité sociale américaine entreprise à cette époque.
- Il les associe à un formulaire officiel qui permet de récupérer un état des comptes sociaux individuels (ce que le client a versé à la sécurité sociale).

La valeur qu'il apporte peut paraître mince, pourtant elle ne l'est pas tant que ça aux yeux d'une catégorie du public qui contribue à la sécurité sociale mais qui ne s'est jamais posé la question de savoir si elle avait droit à des prestations sociales.

2- La cible

La cible n'est pas nommée.

En lisant à travers les lignes, on s'aperçoit qu'il s'agit de chefs de famille de la classe moyenne américaine.

Ces derniers gagnent assez d'argent pour subvenir à leurs besoins (ils sont contributeurs à la sécurité sociale), mais pas assez pour s'autoriser des dépenses superflues (le prix du guide est très bas : 3\$).

Gary C. Halbert vise donc un public nombreux mais aux revenus plutôt bas.

Autre précision concernant ce public, ce dernier accorde beaucoup d'importance à l'individualisme. Les personnes visées seront plus sensibles à l'argument qui présente les contributions sociales comme un investissement dont on attend un retour plutôt que comme une somme due à l'état pour assurer le bon fonctionnement de la société.

3- La lettre de vente (Analyse AIDA)

1. Attention

« Savez-vous combien d'argent vous avez placé jusqu'à ce jour dans la Sécurité sociale... ».

Cette phrase plante le sujet sans enrobage. Elle respecte à la perfection les fondamentaux du copywriting, l'attention s'obtient en abordant :

- Un problème concret
- Difficile à surmonter pour votre lecteur
- De façon différente de vos concurrents

Sur ce dernier point, il faut noter l'emploi du mot « placer » plutôt que du terme habituel de « contribuer » applicable à ce sujet.

L'emploi de ce mot permet à Gary C. Halbert d'aborder la question des contributions sociales sous un angle nouveau et de développer l'intérêt du lecteur.

Il ne s'agit plus de sommes dues à l'état mais de sommes que l'état nous doit et pour des personnes qui comptent les sous à la fin du mois, cette phrase laisse entendre qu'ils ont la possibilité de récupérer de l'argent qui leur est dû de plein droit. La lettre les **déculpabilise**.

2. Intérêt

Gary C. Halbert appuie son argumentaire et maintient l'intérêt du lecteur en changeant la perspective selon laquelle on perçoit habituellement les prestations sociales.

L'intérêt du lecteur est développé autour du sujet « Voici comment récupérer votre argent » avec des solutions clés en main détaillées en bas de la lettre dans la liste de points.

Habituellement, ce sujet est abordé sous l'angle : « À quel montant avez-vous droit ». **Là, il ne s'agit pas de savoir si on y a droit, mais de récupérer des sommes qui nous sont dues.**

3. Désir

Le changement de perspective sur les contributions sociales ne suffit pas. Pour fonctionner pleinement, cette lettre doit jouer sur des désirs.

Ici, il s'agit du besoin de sécurité.

À ce titre, la liste de points va avoir deux fonctions, elle va lister les avantages du livre proposé par Gary C. Halbert tout en détaillant plusieurs situations que le lecteur aurait à craindre.

En effet, la peur est pour Gary C. Halbert (alias Jack Haslinger) la meilleure façon de garder en éveil ce désir de sécurité.

- **La peur de ne pas avoir de bonnes informations :** les autres savent et pas moi (« ce livre va enfin vous ouvrir les yeux », « 10 millions de trentenaires qui touchent déjà des prestations sociales »)
- **La peur de léser sa famille et d'être un mauvais père/mère :** « Comment faire pour que votre famille entière touche les dividendes »
- **La peur de perdre du temps :** « vous n'avez pas à attendre la retraite pour toucher des prestations sociales »
- **La peur de se faire escroquer :** par son employeur, par la sécurité sociale, par des personnes mieux informées que le lecteur, etc.

4. Action

- S'informer quelle que soit ma situation en ayant le «bon» point de vue. L'argent versé à la sécurité sociale n'est pas une contribution, mais un investissement que l'état et la sécurité sociale devront me restituer le plus tôt possible. Je change ma situation en remplissant les deux coupons.

4- Le traitement des « Objections »

Objection 1 : Est-ce légal ?

Gary. C. Halbert anticipe cet argument en fournissant un talon contenant le logo de la sécurité sociale pour permettre au client de récupérer les informations sur ses comptes sociaux. Ce talon a deux fonctions :

- Il confirme que les informations qu'il donne ne sont pas une opinion : elles sont confirmées par la sécurité sociale elle-même
- Il donne un « cachet » officiel à la lettre : cela lui permet de crédibiliser son propos et sa proposition.

Objection 2 : Est-ce moral ?

Tout au long de la lettre, les arguments chargés de renforcer le désir du lecteur (Peur et sécurité) peuvent être contestés par des arguments rationnels ou moralistes.

Après tout, même une personne qui privilégie une vision individualiste de la sécurité sociale sait que son point de

vue peut être contesté par des gens ne partageant pas son avis.

Beaucoup de gens, y compris aux États-Unis savent que la sécurité sociale est un outil de solidarité collective. L'emploi généralisé du terme « contribution sociale » est là pour nous le rappeler.

Gary C. Halbert sait qu'il doit surmonter la barrière morale suivante : « Mes contributions sociales sont obligatoires. Elles sont ma contribution à la construction d'une société prospère et égalitaire qui garantit la santé et les retraites au plus grand nombre ».

Cette barrière est très dure à surmonter, car quelqu'un qui les ignore peut s'exclure du groupe.

→ Voici comment Gary C. Halbert surmonte cette objection.

Le titre de l'article dit : « Comment bénéficier de prestations sociales dès aujourd'hui et jusqu'à la fin de vos jours ». Et la phrase suivante est « Savez-vous combien d'argent vous

avez placé jusqu'à ce jour dans la Sécurité sociale qui vient tout juste d'être réformée ».

Le message passé est donc le suivant : « Vous pouvez bénéficier de prestations sociales parce que vous avez investi dans la sécurité sociale ».

Il désamorce l'objection en transformant le devoir collectif de contribution en un droit individuel à réclamer son dû.

Objection 3 : Et si je ne suis pas satisfait

Il s'agit d'une objection classique dans la vente par correspondance : « Et si ce produit que je n'ai même pas pu manipuler ne me convenait pas ».

Cette objection est traitée par une garantie de type satisfait ou remboursé.

Gary C. Halbert ajoute l'idée que même en se faisant rembourser, le client aura gagné du temps et de l'information en récupérant un rapport sur sa situation sociale. L'opération est quoiqu'il arrive gagnante pour le client.

Lettre 2 : Les stars d'Hollywood ne jurent plus que par elle : Une nouvelle formule incroyable venue de Beverly Hills vous rajeunit de plusieurs années

Pour seulement

39 \$

Par Gary C. Halbert

★ ★ TOP HOLLYWOOD STARS ABSOLUTELY SWEAR BY IT! ★ ★

Amazing New Formula From Beverly Hills Lets You Look Years Younger

For Only
\$39

WOULDN'T YOU LIKE TO LOOK AS YOUNG AS YOU FEEL?

Tova Borgnine's amazing formula isn't just for Hollywood stars like Debbie Reynolds, Connie Stevens and Brenda Vaccaro. Now people all over are talking about what Tova's product has done for them.

"Absolutely terrific. I feel as though I've had a face lift after each use."

—Jan A. Gilgandra, NSW Australia

"After a few weeks people are really seeing the change in my complexion. My husband was the first to notice and I was thrilled . . . Everything you say about your products is true, every word."

—Joyce J. Mineola, NY

"I turned 40 in July, and as my life is getting better, so is my skin, thanks to your products."

—Anne R. Greenwich, CT

"In two simple words, 'It Works'. The lines depart . . . youth returns almost instantly. It lasts and lasts."

—Dan S. Los Angeles, CA



"I'm so positive my formula will take years off your appearance, that I'll not only send you a refund if you're not 100% satisfied, but I'll send you a free \$21.00 gift immediately just for trying it."

—Tova Borgnine

roots of a cactus plant that was first discovered by the Aztec Indians hundreds of years ago. And, until recently, this remarkable look-younger treatment was only available in certain very remote sections of Mexico. If it could work on the people who lived in the harsh, arid environments of that region, don't you think it could help you too?

Tova. After it turns white it should be removed. One of the great things about it is that there is no guess work. It "knows" what to do by itself!"

"But the best thing of all," says Tova Borgnine, "is the way it makes you look years and years younger with the very first application. In fact," she says, "this is what I call a 'no excuse' product that is backed up 100% by the TOVA Corporation's guarantee."

Important - Free Gift: All orders mailed within 10 days will receive a free gift worth \$21.00 of additional Skin Care products.

Would you like to try this remarkable discovery? Would you like to look as young as you feel? If so, here's how you can try this amazing formula without any risk at all: Simply go ahead and order Tova's formula by mail or telephone. Then, as soon as it arrives, try it out in the privacy of your home, and take a close look at the amazing change you will see in your mirror! After that, if you are not 100% satisfied, simply send back the empty product container within 30 days of our shipment date and we'll see that you get a refund with no questions asked.

Remember! You can't lose money but you can lose years off your appearance!

It's easy to order. Just complete the order form below, and send it to Tova Borgnine with your payment. Or, if you prefer to pay by credit card (Visa, MasterCard or American Express), just call 1-800-36-TOVA-9 (1-800-368-6829) toll-free at any time (24 hours a day, 7 days a week).

If you are in the Southern California Area, you may pick up the product at 8920 Wilshire Boulevard, Beverly Hills, between the hours of 8:30-5:30 Monday-Friday.

" . . . it makes you look years and years younger with the very first application . . . "

"I've only used the product 6 days, and this 49 year old believes she looks 10 years younger! Thank you."

—Georgette B. Milwaukee, WI

What has Tova Borgnine discovered? The answer is fascinating. It is a mysterious formula that comes from the

The stars who use it say it works like magic. The entire process takes only half an hour and insiders say there is nothing like it for anybody who wants to look years younger than their actual calendar age.

It is easy to use. All you do is apply the formula to your face and wait. "The cream is pink when you apply it, and gradually turns white," says

NO-RISK ORDER COUPON <small>(Please fill in and mail today)</small>		<small>ACSX Copyright - TOVA Corporation 1988</small>
TO: TOVA BORGNINE c/o TOVA CORPORATION The Posthouse 8920 Wilshire Blvd. Beverly Hills, CA 90211		VITAL NOTE! Order May Be Charged By Calling TOLL FREE 1-800-36-TOVA-9 (1-800-368-6829) Remember It's TOLL FREE!
Dear Tova: Yes! I would like to look years younger by using the formula you have discovered. I am enclosing \$39.00 plus \$2.75 postage and handling (Total \$41.75). I understand that if I am not 100% satisfied, I may return the unused portion in its original container within 30 days of your shipment to me for a prompt and courteous refund of the purchase price of the product. No questions asked.		
NOTE: Check here if you wish to order by credit card: <input type="checkbox"/> VISA <input type="checkbox"/> MasterCard <input type="checkbox"/> American Express		
CREDIT CARD NUMBER (all digits, please)	EXPIRATION DATE	
PRINT NAME	SIGNATURE (required if charging)	
ADDRESS		
CITY/STATE/ZIP		
<small>P.S. Checks and Money Orders should be made payable to the TOVA CORPORATION and California residents must add 6 1/2% sales tax (\$2.54) for a total of \$44.29. Thank You.</small>		

L'incroyable formule de Tova Borognine n'est pas réservée aux stars comme Debbie Reynolds, Connie Stevens et Brenda Vaccaro. Maintenant, des gens de partout dans le monde témoignent de ce que les produits de Tova leur ont apporté.

- «C'est juste énorme. J'ai l'impression d'avoir bénéficié d'un lifting après chaque application.» – Jan A. – Gilgandra, NSW – Australie
- «Après quelques semaines, les gens dans mon entourage voient le changement dans mes traits. Mon mari a été le premier à le remarquer et j'étais ravie.. Chaque chose que vous dites au sujet de votre produit est vraie, chaque mot». Joyce J. Mineola, NY
- «J'ai eu 40 ans en juillet, et ma vie comme ma peau sont chaque jour plus belles, grâce à vos produits». Anne R. Greenwich, CT
- «En deux mots : "Ça marche!". Vos rides s'estompent.. et votre jeunesse revient instantanément. Et l'effet est durable.» Dan S. Los Angeles, CA
- «J'ai utilisé ce produit pendant seulement 6 jours, et du haut de mes 49 ans, j'en parais 10 de moins! Merci.» Georgette B. Milwaukee, WI

Qu'est-ce que Tova Borognine a découvert? La réponse est fascinante. C'est une formule

mystérieuse qui provient de racines de cactus découvertes par les Indiens Aztecs il y a des centaines d'années.

Et jusqu'à aujourd'hui, ce traitement rajeunissant si remarquable n'était disponible que dans certaines régions du Mexique.

Si cela marche sur des personnes qui habitent dans des environnements aussi durs et arides, ne pensez-vous pas que cela marchera pour vous ?

Les stars qui l'utilisent nous le disent, cela marche comme par magie. L'ensemble du processus ne prend qu'une demi-heure et nos *insiders** nous le disent, il n'y a rien de semblable pour toutes celles qui veulent paraître des années plus jeunes que leur âge réel.

Cette formule est facile à utiliser. Vous n'avez qu'à l'appliquer sur votre visage et attendre. La crème est rose au moment de l'application et elle devient progressivement blanche nous dit Tova.

Une fois que la crème est devenue blanche, elle doit-être enlevée. C'est là l'une des choses les plus remarquables au sujet de cette crème, il n'y a pas besoin de se perdre en conjectures. Elle sait «d'elle-même» ce qu'elle doit faire.

Mais le plus remarquable dans tout ça, nous dit Tova Borgnine, «c'est la façon dont elle vous fait paraître des années plus jeune dès la première application. Immédiatement. C'est pour cela qu'il s'agit d'un produit «sans excuses», un produit couvert par une garantie à 100 % de la Tova Corporation.

Voulez-vous tester cette découverte remarquable? Voulez-vous paraître aussi jeune que vous le désirez? Si c'est le cas, voici comment essayer cette incroyable formule sans le moindre risque : remplissez le bon de commande ou téléphonez-nous pour commander cette incroyable formule.

Dès qu'elle vous sera parvenue, essayez-la en toute intimité chez vous et examinez de façon précise les changements de votre apparence au miroir! Si après ça vous n'êtes pas satisfait à 100 %, renvoyez-nous le produit vide dans les 30 jours qui suivront notre date d'expédition. Vous serez remboursés sans la moindre question.

Rappelez-vous bien de ça : vous ne pouvez pas perdre d'argent, mais vous pouvez perdre des années de jeunesse dans votre apparence.

1- Le produit

Une crème visage faite à base de racines de cactus.

2- La cible

Femmes de 35 à 50 ans.

3- La lettre de vente (Analyse AIDA)

- Attention :
 - L'accroche est dans le titre, en particulier dans la combinaison des mots suivants : « Stars », « Hollywood », « Beverly Hills », « Formule », « Rajeunit » et « années »
 - Le produit est une simple crème, mais le titre pose **un monde fantasmatique fait de stars, de formules secrètes et de jeunesse prolongée**. Ce cadre permet à Gary C. Halbert de promettre **un haut degré de désirabilité du produit** en désamorçant de nombreuses objections comme on le verra plus bas.
- Intérêt : Il est éveillé et maintenu grâce aux preuves qui sont listées dès le début de la lettre
 - Le nom des stars qui utilisent la formule : Debbie Reynolds, Connie Stevens et Brenda Vaccaro
 - Le nom de l'entrepreneuse qui a mis au point la formule : Tova Borgnine, une personnalité publique hollywoodienne connue dans les années 70 et 80

- Les témoignages détaillés des clientes ordinaires qui ont acheté et utilisé la crème
- Désir : Un désir de jeunesse et de beauté y compris à un âge avancé.

Pour exciter ce désir tout au long de la lecture de lettre, Gary C. Halbert emploie des mots qui proviennent du répertoire de la magie et qui sont des pièges à fantômes :

- « *Formule secrète...* »
- « *... aussi jeune que vous le désirez...* »
- « *... la crème sait d'elle-même ce qu'elle doit faire...* »
- « *... la crème rose devient progressivement blanche...* »
- « *... cela marche comme par magie* ».

Bref, nous sommes dans le monde de Circée, la magicienne qui parvient à séduire Ulysse dans l'Odyssée.

Pour exciter le désir, Halbert utilise le fantasme, mais également la **peur** à la fin de sa lettre :

- « Vous ne pouvez pas perdre d'argent, mais vous pouvez perdre des années de jeunesse dans votre apparence. »

- Action :

La partie Action est très étoffée comme c'est toujours le cas dans les lettres de Gary C. Halbert (3 paragraphes). Le vocabulaire de l'action insiste sur l'usage et les situations (« Tester cette découverte remarquable », « Essayez-la en toute intimité »,).

4- Le traitement des objections

Objection 1 : Est-ce que le produit marche vraiment ?

À aucun moment Gary C. Halbert ne se met en situation de répondre à cette question. Les témoignages et les noms de stars sont des preuves faibles et elles servent plus à éveiller l'intérêt de la lectrice et à développer son imaginaire qu'à prouver l'efficacité du produit.

Halbert fait le choix de ne pas présenter d'argument vérifiable. **Il ne se met pas en situation de rationaliser le produit et ses résultats.**

C'est volontaire, car cette objection n'apparaîtra pas pour une personne qui s'est laissée captiver par cette lettre et qui est entrée dans le monde fantastique de Tova la magicienne.

Comme pour la lettre précédente, Gary C. Halbert ne cible pas toutes les femmes. Il ne s'intéresse pas à des femmes rationnelles qui demanderont des démonstrations fiables. Il

s'adresse à des femmes qui donneront plus de valeur à l'imaginaire et à des propriétés occultes et secrètes.

Objection 2 : Et si je ne suis pas satisfaite

Cette objection est traitée par une garantie de type satisfaite ou remboursée.

Lettre 3 : Êtes-vous du genre à faire ce type d'erreur en français ?



Do You Make These Mistakes in English?

Sherwin Cody's remarkable invention has enabled more than 70,000 people to correct their mistakes in English. Only 15 minutes a day required to improve your speech and writing.

MANY persons say "Did you hear from him today?" They should say "Have you heard from him today?" Some spell calendar "calender" or "calander." Still others say "between you and I" instead of "between you and me." It is astonishing how often "who" is used for "whom," and how frequently the simplest words are mispronounced. Few know whether to spell certain words with one or two "c's" or "m's" or "r's," or with "ie" or "ei," and when to use commas in order to make their meaning absolutely clear. Most persons use only common words—colorless, flat, ordinary. Their speech and their letters are lifeless, monotonous, humdrum.

Why Most Persons Make Mistakes

What is the reason so many of us are deficient in the use of English and find our careers stunted in consequence? Why is it some can not spell correctly and others can not punctuate? Why do so many find themselves at a loss for words to express their meaning adequately? The reason for the deficiency is clear. Sherwin Cody discovered it in scientific tests which he gave thousands of times. *Most persons do not write and speak good English simply because they never formed the habit of doing so.*

What Cody Did at Gary

The formation of any habit comes only from constant practice. Shakespeare, you may be sure, never studied rules. No one who writes and speaks correctly thinks of rules when he is doing so.

Here is our mother-tongue, a language that has built up our civilization, and without which we should all still be muttering savages! Yet our schools, by wrong methods, have made it a study to be avoided—the hardest of tasks instead of the

most fascinating of games! For years it has been a crying disgrace.

In that point lies the real difference between Sherwin Cody and the schools! Here is an illustration: Some years ago Mr. Cody was invited by William Wirt, author of the famous Gary System of Education, to teach English to all upper-grade pupils in Gary, Indiana. By means of unique practice exercises Mr. Cody secured more improvement in these pupils in five weeks than previously had been obtained by similar pupils in two years under old methods. There was no guess-work about these results. They were proved by scientific comparisons. Amazing as this improvement was, more interesting still was the fact that the children were "wild" about the study. It was like playing a game.

100% Self-Correcting Device

The basic principle of Mr. Cody's new method is habit-forming. Any one can learn to write and speak correctly by constantly using the correct forms. But how is one to know in each case what is correct? Mr. Cody solves this problem in a simple, unique, sensible way.

Suppose he himself were standing forever at your elbow. Every time you mispronounced or misspelled a word, every time you violated correct grammatical usage, every time you used the wrong word to express what you meant, suppose you could hear him whisper: "That is wrong, it should be thus and so." In a short time you would habitually use the correct form and the right words in speaking and writing.

If you continue to make the same mistakes over and over again, each time patiently he would tell you what was right. He would, as it were, be an everlasting mentor beside you—a mentor who would not laugh at you, but who would, on the contrary, support and help you. The 100% Self-Correcting Device does exactly this thing. It is Mr. Cody's silent voice behind you, ready to speak out whenever you commit an error. It finds your mistakes and concentrates on them. You do not need to learn anything you already know. There are no rules to memorize.

Only 15 Minutes a Day

No more than fifteen minutes a day are required. Fifteen minutes, not of study, but of fascinating practice! Mr. Cody's students do their work in any spare moment they can snatch. They do it riding to work or at home. They take fifteen minutes from the time usually spent in profitless reading or amusement. The results really are phenomenal.

Sherwin Cody has placed an excellent command of the English language within the grasp of every one. Those who take advantage of his method gain something so priceless that it can not be measured in terms of money. They gain a mark of breeding that can not be erased as long as they live. They gain a facility in speech that marks them as educated people in whatever society they find themselves. They gain the self-confidence and self-respect which this ability inspires. As for material reward, certainly the importance of good English in the race for success can not be overestimated. Surely, no one can advance far without it.

Free—Booklet on English

It is impossible, in this brief review, to give more than a suggestion of the range of subjects covered by Mr. Cody's new method and of what his practice exercises consist. But those who are interested can find a detailed description in a fascinating little booklet called "How You Can Master Good English in 15 Minutes a Day." There is no obligation involved in writing for it. Merely mail the coupon, a letter, or a postal card for it now. Sherwin Cody School of English, 14 Searle Building, Rochester, N. Y.

SHERWIN CODY SCHOOL OF ENGLISH
14 Searle Building, Rochester, N. Y.

Please send me your new free booklet, "How You Can Master Good English in 15 Minutes a Day."

Name.....

Address.....

This valuable booklet can not be sent to children

L'invention remarquable de Charles Cordier a permis à 70 000 personnes de corriger leurs erreurs en français. Avec seulement 15 minutes par jour, vous pourrez vous améliorer dans l'usage de la langue française; tant à l'écrit qu'à l'oral.

De nombreuses personnes disent «Après qu'il soit venu» au lieu de dire «Après sa venue». D'autres associent souvent ces deux mots : «Moi, personnellement...». Il faudrait dire tout simplement «Personnellement...». Beaucoup emploient l'expression «Entre vous et moi...» alors qu'il faudrait dire «Entre nous...» ou «De vous à moi...».

Il est étonnant de voir le nombre de fois où le «qui» est utilisé à la place du «que». Sans parler des erreurs de conjugaison.

Pour limiter les risques, de nombreuses personnes décident d'employer des mots simples, plats et ordinaires. Leur propos est ennuyeux, sans intérêt et monotone.

Pourquoi autant de personnes font des erreurs

Pour quelle raison autant de personnes emploient aussi mal les mots de la langue française alors que cela les freine dans la progression de leur carrière?

Pourquoi certaines personnes font des fautes d'orthographe et d'autres ne parviennent toujours pas à utiliser correctement les ponctuations?

Pourquoi autant de gens se retrouvent bloqués, incapables de trouver les bons mots pour exprimer correctement leurs idées?

Ces faiblesses s'expliquent.

Charles Cordier l'a découvert dans le cadre d'études et d'expérimentations auxquelles il a consacré des milliers d'heures.

Beaucoup de gens ne parviennent pas à s'exprimer ni à écrire correctement en français parce qu'ils n'ont pas été formés ni habitués à le faire.

Ce que Cordier est parvenu à réaliser à Saint-Germain

Seules la formation et la pratique permettent d'acquérir une bonne habitude. Zola, Balzac ou Apollinaire étaient allergiques aux règles de la langue. Et parmi tous ceux qui parlent ou écrivent correctement, personne ne pense en termes de règles à appliquer au moment de s'exprimer.

La langue française nous a permis de bâtir notre civilisation. Sans elle, nous ne serions que des sauvages marmonnant. Toutefois, nos écoles utilisent de mauvaises méthodes. Elles ont fait de l'étude de la langue une tâche ardue et pénible au lieu d'en faire un jeu captivant.

Et ce désastre déplorable se poursuit sans fin.

Toutefois, c'est ici que réside la différence entre Charles Cordier et l'École.

En voici l'illustration :

Il y a quelques années, M. Cordier a été invité par Guillaume Laute, le créateur du réseau d'enseignement alternatif appelé Système d'éducation Saint-Germain.

Il devait y enseigner le français pour des élèves du secondaire de la ville de Saint-Germain-en-Laye dans les Yvelines. En se concentrant sur la pratique, M. Cordier a permis à ses élèves de progresser bien plus vite en cinq semaines que ce qu'avaient permis les anciennes méthodes en deux ans.

Ces résultats ne peuvent pas être contestés. Ils ont été prouvés par des comparaisons établies scientifiquement. Et le plus étonnant, c'est que les enfants avaient développé un rapport naturel au fait d'étudier. C'était devenu un jeu pour eux.

Un dispositif «100 % Autocorrection»

Le principe de base de la nouvelle méthode de M. Cordier, c'est l'autoformation.

Tout le monde peut apprendre les différentes formes du langage. Mais comment savoir si chacune de ces formes est adaptée à l'idée et à la situation que l'on souhaite exprimer ?

M. Cordier règle le problème d'une façon simple et judicieuse.

Vous pouvez même considérer que ce cher monsieur Cordier sera toujours à vos côtés.

À chaque fois que vous ne respecterez pas l'usage grammatical correct, à chaque fois que vous emploierez des mots ; imaginez-le en train de vous souffler : «C'est une erreur, tu dois dire plutôt ceci.» En très peu de temps, vous

vous habituerez à employer les bonnes formes et les bons mots, à l'oral comme à l'écrit.

Dans le cas où vous continueriez à employer les mauvaises formes sans parvenir à vous corriger, il continuera à vous souffler les formes correctes, patiemment. Il sera tout le temps à vos côtés, tel un éternel mentor. Il ne se moquera jamais de vous. Bien au contraire, il vous encouragera et vous aidera.

Voilà ce à quoi parvient ce dispositif «100 % autocorrection». C'est lui qui sera l'équivalent de la voix discrète de M. Cordier, toujours à vos côtés. Prête à s'adresser à vous à chaque fois que vous commettez une erreur. Il repère vos fautes et vous aide à vous concentrer sur elles.

Il n'y a pas de leçon à apprendre par cœur et vous n'avez pas besoin de réviser quoi que ce soit.

Seulement 15 minutes par jour

Vous devrez y consacrer seulement 15 minutes par jour. Non pas 15 minutes d'étude, mais 15 minutes de pratique captivante ! Les étudiants de M. Cordier pratiquent aux moments de la journée qui leur conviennent. Ils le font en allant au travail ou à la maison. Ils prennent quinze minutes d'un temps qu'ils consacrent habituellement à des distractions sans intérêt. Et les résultats sont époustouflants.

Charles Cordier a mis à la disposition de tout un chacun un excellent outil de maîtrise de la langue française.

Ceux qui bénéficient de cette méthode acquièrent une chose qui n'a pas de prix. (gagnent à la place de bénéficient dans le texte anglais)

Ils créent un terreau fertile qu'ils pourront cultiver toute leur vie. (gagnent à la place de créent dans le texte anglais)

Ils gagnent une aisance dans l'expression orale qui les distingue comme des personnes bien

éduquées, quel que soit le groupe social où ils se trouvent.

Ils gagnent de la confiance en eux et inspirent le respect du fait de leur aisance.

Enfin, la maîtrise du français ne doit pas être sous-estimée dans la course aux succès matériels. Personne n'y parvient avec un langage approximatif.

Gratuit - Le livret de français

Il est impossible de vous donner autre chose que des suggestions au sujet de la grande variété des sujets couverts par la méthode de M. Cordier et ce en quoi consiste la pratique des exercices.

Mais pour ceux qui seront intéressés, vous pourrez trouver une description détaillée de sa méthode dans un livret appelé «Comment parler un beau français en quinze minutes par jour». Vous n'avez même pas à nous adresser une lettre manuscrite pour l'obtenir. Renvoyez tout

simplement le coupon rempli ici-bas. Vous pouvez également l'obtenir en nous envoyant un simple commentaire ou encore une carte postale. L'adresse : Charles Cordier, École de français – 17 avenue des Champs Élysée, 75008 – Paris

1- Le produit

Un guide de pratique du français pour perfectionner son écriture et son expression orale.

La lettre ne vend pas directement le produit, elle permet de recevoir un livret qui donne un aperçu de la méthode. Elle permet à Charles Cordier (alias francophone de Sherwin Cody) d'obtenir une base de prospects qualifiée.

Cette lettre date de 1918. Elle a donc plus de cent ans.

2- La cible

Hommes et femmes de la petite bourgeoisie du début du vingtième siècle, en quête d'ascension sociale.

Pour les lecteurs de Proust, on imagine bien le personnage d'Albert Bloch (jeune) comme un client potentiel de la méthode Charles Cordier.

3- La lettre de vente (Analyse AIDA)

Comme la lettre sur la sécurité sociale de Gary C. Halbert, «*Do you make these mistakes in English*» est considérée aux États-Unis comme l'une des lettres à assimiler lorsque l'on veut devenir bon en écriture de vente.

J'ai fait le choix de rebaptiser Sherwin Cody en Charles Cordier.

J'ai également adapté la lettre à un contexte culturel français pour vous permettre de vous concentrer sur l'analyse AIDA et la formulation des objectifs plutôt que de vous distraire à essayer de trouver vous-même des équivalences.

- **L'Attention :**

- Comme pour la lettre précédente, l'accroche est dans le titre. Notez l'emploi de l'expression « **Êtes-vous du genre ...** » Qui parle comme ça d'habitude ? Les snobs. Donc Charles Cordier assume un certain snobisme dans le titre, car il sait très bien qu'un **snobisme grand bourgeois** aura beaucoup d'effet sur **un public petit-bourgeois** qui aspire à

rejoindre une classe sociale perçue comme supérieure.

Le titre joue déjà sur un levier de désir qui va revenir tout au long de la lettre : **la crainte d'une assignation irréversible à une classe sociale dépréciée du fait d'une incompatibilité culturelle avec le groupe social dominant.**

- Donc, avant de se poser en professeur de français, Charles Cordier se pose surtout en gardien de la norme sociale. Il va vous dire si vous êtes dans le « bon » ou le « mauvais » camp, et surtout il va vous aider à franchir le palier vers l'étage supérieur, celui où les gens s'expriment merveilleusement bien.

- **Intérêt** : L'intérêt est maintenu de plusieurs façons
 - En listant les erreurs les plus communes, celles que nous faisons tous. C'est une façon efficace d'interpeller le lecteur et de lui confirmer que c'est bien de lui dont on parle.
 - Puis en listant les preuves : les résultats obtenus avec la méthode, y compris au sein d'une institution d'enseignement reconnue et élitiste

(l'École de Gerry aux USA que j'ai rebaptisée Ecole Saint-Germain ici).

- Le double problème rencontré (français et ascension sociale) peut donc être résolu grâce à Charles Cordier.
 - La répétition du mot « gagner ».
- **Désir** : Le désir principal est un **désir de promotion sociale** comme nous l'avons vu dans le titre. Mais Charles Cordier comble également d'autres désirs.
 - **Le jeu** : on apprend le français comme on jouerait à un jeu. On trompe ainsi l'ennui et la distraction.
 - **La créativité** : La méthode est présentée comme un terreau fertile sur lequel on pourra **cultiver** d'autres ressources intellectuelles
 - **La sécurité (l'image du mentor bienveillant)** : c'est ainsi que Charles Cordier présente sa méthode et annonce à son public qu'il lui épargnera les épreuves humiliantes d'une progression sociale ascendante (que la littérature classique décrit à merveille).
 - **La confiance en soi**

- **La richesse** : notamment avec la répétition à 5 reprises du mot « gagner » dans la dernière partie de la lettre.

Comme dans les lettres précédentes, la **peur** revient souvent pour encourager le lecteur à renforcer les désirs listés plus haut. En vrac : **l'image du sauvage marmonnant, l'absence de progression dans la carrière, ceux qui se moquent de vous**, etc.

- **Action :**

Elle est simple et rapide. Charles Cordier propose au lecteur de souscrire à un essai gratuit pour satisfaire sa curiosité et propose trois méthodes différentes pour le faire.

Il s'agit d'Inbound Marketing.

4- Le traitement des objections

Objection 1 : Est-ce vraiment pour moi ?

Cordier (Cody) liste des auteurs qui ont eu des scolarités chaotiques et qui ont malgré tout produit des œuvres remarquables.

Cela produit un spectre d'identification très large. Tout le monde peut s'identifier à eux, en particulier un public bourgeois en quête d'ascension sociale.

Objection 2 : Est-ce que je vais vraiment apprendre quelque chose ?

En présentant sa méthode comme « un mentor bienveillant », Cordier (Cody) indique que tout le monde peut progresser à son rythme, quelles que soient ses difficultés de départ.

Objection 2 : Est-ce que je vais m'ennuyer comme à l'école ?

Cody présente sa méthode comme un jeu, c'est-à-dire le contraire de l'ennui. Et la meilleure démonstration de cette réponse vient du fait que ce sont des adolescents

qui ont éprouvé cette sensation de jeu, soit le public le plus difficile à captiver sur ce sujet.

Objection 4 : Est-ce que j'ai le temps de me lancer là-dedans ?

La méthode ne prend pas vraiment de temps puisque 15 minutes par jour suffisent, ce n'est pas grand-chose et ce temps peut être pris sur du temps consacré habituellement à distractions improductives ou du temps passé dans les transports.

Objection 5 : Est-ce qu'il s'agit vraiment d'un outil de promotion sociale comme le suggèrent le titre et le texte ?

Oui, puisque M. Cordier a enseigné sa méthode dans un réseau d'enseignement privé dédié aux enfants des classes sociales plus élevées.

Objection 6 : Comment être sûr que ça marche vraiment ?

Il y répond par un essai gratuit, un extrait d'un livre plus complet que le client achètera s'il est satisfait par la méthode

Lettre 4 : Ils ont ri quand je me suis assis
au piano. Mais quand j'ai commencé à
jouer ! ...



L'audience applaudit chaleureusement après qu'Arthur eut joué un « Ave Maria ». Je décidais que ce serait le moment où jamais pour faire mes débuts. Au grand étonnement de mes amis, je me dirigeais avec assurance vers l'estrade, puis pris place devant le piano.

Quelqu'un gloussa : « Jean nous prépare encore un de ses sales tours » et les rires retentirent du public. Ils étaient tous certains que je ne pouvais composer la moindre note.

J'entendis une fille chuchoter à Arthur « Peut-il vraiment jouer ? ».

« Dieu, non ! », s'exclama Arthur. « Il n'a jamais joué une note de sa vie... Mais regardez le bien. Je vous promets que ce sera très intéressant. »

Je décidais de profiter de la situation. Avec une dignité feinte, j'époussetais légèrement les touches du piano à l'aide d'un mouchoir en

soie. Puis je me levais. Et à la manière d'un imitateur de Debussy dont j'avais vu le spectacle, je faisais pivoter mon siège rotatif d'un quart de tour.

« Que pensez-vous de son exécution ? » demanda une voix à l'arrière.

La réponse ne se fit pas attendre, « On approuve ! », et fut suivie par un concert d'hilarité.

Puis j'ai commencé à jouer

Un lourd silence s'abattit sur la salle. Comme par magie, les rires se turent sur les lèvres des invités. Alors que j'interprétais les premières mesures du « Rêve d'amour » de Franz Liszt, les spectateurs eurent le souffle coupé et mes amis étaient ensorcelés.

Au fur et à mesure des accords, j'oubliais l'assistance. L'heure, le lieu et l'auditoire hors d'haleine étaient relégués aux confins de mon esprit. Le petit monde dans lequel je vivais paraissait fondre, s'atténuant comme si il n'avait jamais existé. Seule la musique était

réelle. La musique et les représentations qu'elle suscitait en moi. De magnifiques visions changeantes de nuages se dispersant sous l'effet du vent et de clair de lune vibrant dans la nuit. Ces visions mêmes qui avaient inspiré le maître compositeur il y a si longtemps.

Le Maestro semblait communiquer avec moi à l'aide de la musique. Non avec des mots, mais à travers des accords. Pas avec des phrases, mais avec des mélodies exquises.

Un triomphe absolu

Quand les dernières notes de la composition s'évanouirent, la salle gronda sous un tonnerre d'applaudissements. Je me retrouvais entouré d'une multitude de visages excités. Des hommes me félicitaient, exprimant leur enthousiasme avec des poignées de mains vigoureuses et des tapes dans le dos.

Je fus assailli de compliments chaleureux et de questions diverses... « Jacques, pourquoi ne nous as-tu jamais dit que tu avais un tel talent

? » ... « Où avez-vous appris ? » ... « Combien de temps avez-vous étudié ? » ... « Qui était votre professeur ? »

« Je n'ai jamais rencontré mon professeur, » Répondis-je. « Et il y a peu de temps encore, je n'étais pas en mesure de jouer la moindre note. »

« Arrête de te moquer de nous, » s'esclaffa Arthur, lui-même un pianiste accompli. « Il est évident que tu étudies depuis des années. »

Je dus insister, « J'étudies depuis peu de temps ». « J'ai décidé de garder le secret pour mieux vous surprendre. »

Puis, je leur racontai toute l'histoire.

« Avez-vous entendu parler de l'École Française de Musique ? ».

Certains de mes amis hochèrent la tête et demandèrent « C'est une école par correspondance, n'est-ce pas ? »

« Exactement », je répondis. « Ils disposent d'une nouvelle méthode simplifiée, d'apprentissage par courrier, qui peut vous apprendre à jouer de n'importe quel instrument, en seulement quelques mois. »

Comment j'ai appris à jouer, sans professeur

Ensuite, je leur expliquais comment j'avais aspiré à jouer du piano durant des années. « J'ai l'impression que c'était seulement hier que j'ai vu une publicité intéressante de l'École Française de Musique. Elle mentionnait une nouvelle méthode d'apprentissage d'instruments musicaux ne coûtant qu'un Franc par jour ! La publicité racontait comment une femme était parvenue à maîtriser le piano durant son temps libre, à la maison et **sans professeur** ! Mais ce n'est pas tout. Cette méthode formidable ne demandait aucune échelle contraignante et aucun entraînement éreintant. C'était si convainquant, que j'ai immédiatement rempli le coupon permettant de solliciter une leçon de démonstration gratuite ».

« Le fascicule me fut envoyé sans délai et je pus immédiatement entamer la leçon de démonstration. La facilité avec laquelle j'arrivais à jouer grâce à cette nouvelle approche m'étonna tellement, que j'ai commandé le cours complet. »

« Lorsque celui-ci arriva, j'ai trouvé que c'était aussi facile que le proclamait la publicité, aussi simple que l'alphabet ! Puis à mesure que les leçons s'enchaînent, elles devenaient de plus en plus simples. Avant que je ne m'en rende compte, composer les pièces que j'appréciais le plus, était dans mes cordes. J'étais invincible. Que ce soit les balades, les classiques ou le jazz plus aucun morceau ne présentait de difficultés. Et je n'ai jamais eu aucun talent musical. »

* *

* *

Jouez de n'importe quel instrument

À présent, vous pouvez vous aussi **apprendre vous-même** à devenir un musicien accompli, à la maison, et ce en deux fois moins de temps qu'avec une méthode classique. Vous avez tout à gagner avec cette nouvelle formule, simple, qui a déjà aidé près d'un demi millions de personnes à jouer de leur instrument favori. Oubliez l'idée préconçue que vous auriez besoin de « talent ». Consultez juste la liste

d'instruments mentionnés dans le panneau et l'École Française de Musique s'occupera du reste. Et retenez ceci, peu importe l'instrument que vous choisirez, le coût ne changera pas. Seulement un Franc par jour. Que vous soyez un débutant ou un musicien confirmé, cette approche révolutionnaire efficace éveillera sans doute votre intérêt.

Demandez notre fascicule gratuit et une leçon de démonstration

Des milliers d'étudiants couronnés de succès n'auraient jamais pensé qu'ils possédaient des aptitudes musicales remarquables jusqu'à ce qu'elles leur soient révélées par une « Épreuve de capacités musicales ». Elle est envoyée sans frais, avec notre fascicule gratuit.

Si vous souhaitez sérieusement jouer de votre instrument musical préféré, si vous voulez devenir heureux et populaire, demandez tout de suite le fascicule gratuit ainsi que la leçon de démonstration. Sans frais et sans

engagements. Nous avons actuellement une offre spéciale, limitée à un nombre restreint d'étudiants. Remplissez, signez et envoyez le coupon adéquat maintenant avant qu'il ne soit trop tard. Des instruments vous seront fournis si nécessaire, paiement au comptant ou à crédit.

École Française de Musique, 35 Rue du Faubourg Saint Honoré, Paris.

École Française de Musique, 35 Rue du Faubourg Saint Honoré, Paris.

Veillez m'envoyer votre fascicule gratuit, "Leçons de musique à domicile" avec introduction par Dr.Franck Potain, Leçon de démonstration et particularités de votre offre spéciale. Je suis intéressé par le cours suivant:

.....
Possédez vous un des instruments cités dans le panneau?.....
Nom.....
Adresse.....
Ville.....

Choisissez votre instrument

Piano	Harmonie et
Orgue	Composition
Violon	Solfège
Tambour	Cornemuse
Batterie	Guitare
Mandoline	Accordéon
Clarinette	Harpe
Flûte	Trompette
Saxophone	Trombone
Violoncelle	Ocarina

Technique vocale
Dextérité automatique
Accordement Piano

1- Le produit

Des leçons pour apprendre à jouer d'un instrument de musique. Pour inciter les prospects à acheter ces leçons, la lettre, qui date de 1926 met en avant un fascicule gratuit.

Ici, le principe de vente appliqué est celui de la réciprocité. Celui-ci stipule que lorsque quelqu'un nous offre quelque chose, on se sent obligé de lui rendre la pareille. Offrir un échantillon gratuit de votre produit est l'application concrète de cette technique de vente.

2- La cible

La photo et le contexte social, nous révèlent que cette lettre s'adresse à la petite bourgeoisie(ou la classe moyenne).

Le public ciblé dans cette lettre est cultivé, mélomane et regardant à la dépense(fascicule gratuit et 1 Franc par jour pour les leçons payantes).

3- Analyse AIDA

Malgré son âge, cette lettre est encore une référence dans le domaine du copywriting aux Etats-Unis. Comme pour la lettre de Sherwin Cody, « Do you make these mistakes in English » traduite dans le guide des 3 lettres de ventes disponible sur mon site, j'ai choisi de franciser certaines références culturelles pour vous aider à vous concentrer sur l'analyse AIDA.

L'attention

Notre attention est captée en premier lieu par le titre. Ici l'auteur utilise la forme du suspense en interrompant sa phrase.

La phrase d'accroche pose donc un contexte (une audience de mélomanes moqueurs) et l'enjeu (réussir sa performance musicale).

L'intérêt

L'auteur de la lettre éveille notre intérêt en mettant en avant de manière subtile la rivalité entre Arthur et Jean et une volonté sous entendue d'impressionner un public.

L'auteur vit à une époque où l'enseignement musical est un marqueur social fort. Il présente donc le personnage de Jean (M. tout le monde) opposé son ami Arthur (M. le bourgeois) en train de s'affirmer socialement.

Cette situation et les dialogues qui en découle posent l'enjeu de la scène, mais aussi de l'ensemble de la lettre: Savoir jouer d'un instrument de musique pour trouver une place avantageuse en société.

Désir

L'auteur de la lettre cherche à stimuler l'empathie entre Jean et le lecteur. Mais il s'adresse à des gens qui n'ont pas de culture musicale. Pour cela, il crée des équivalences entre la musique et les autres registres de perception :

- Kinesthésique : souffle, fondre, vibrer, disperser
- Visuel : représentation, clair de lune, visions

Il utilise ces équivalences pour renforcer la confiance en soi qu'éprouve Jean alors qu'il n'est pas un musicien expérimenté.

Il en va de même pour les éloges et l'attention qu'il a reçus à l'issue de sa performance, une situation que les lecteurs souhaiteraient sans doute connaître.

Action

L'appel à l'action c'est le bulletin d'inscription pour recevoir le fascicule gratuit..

4- Traitement des Objections

Objection 1 : Puis-je réussir si je n'ai aucune expérience musicale

La lettre précise qu'aucun talent n'est requis. Jean ne savait pas jouer la moindre note et il est devenu un pianiste accompli grâce à cette approche.

Objection 2 : Est-ce que j'ai le temps de me lancer là dedans ?

Jean a acquis un bon niveau en seulement quelques mois, alors qu'une méthode d'apprentissage classique lui aurait pris des années.

Objection 3 : Comment être sûr que ça marche vraiment avec moi ?

Grâce au fascicule qui offre une leçon gratuite.

Objection 4 : Combien ça va me coûter ? Et si je n'ai pas les moyens de m'acheter un instrument ?

Le coût des leçons payantes est de seulement un Franc par jour. La lettre propose de fournir des instruments aux clients potentiels, si nécessaire.

Objection 5 : J'habite très loin de la ville et je ne peux pas me déplacer ? Comment puis-je apprendre ?

Facile. Les leçons se font par correspondance. Vous y aurez accès où que vous habitiez.

Objection 6 : L'entraînement est-il difficile ?

Le témoignage de Jean indique que l'entraînement est facile et que la facilité s'accroît au fil des leçons.