

Lotfi BENYELLES

# Écrivez des articles captivants

Trouvez votre idée de blog et écrivez un premier article qui donnera envie de revenir.



# Table des matières

<b><u>CHAPITRE 1 : POURQUOI CE GUIDE ?</u></b>	<b>3</b>
<b>MA PREMIÈRE EXPÉRIENCE DE BLOGGING</b>	<b>4</b>
<b>BIEN DES ANNÉES APRÈS, J'AI CRÉÉ UN BLOG SUR LES STARTUPS DANS LE BUT D'EN VIVRE</b>	<b>5</b>
<b>IL M'A FALLU DES MOIS AVANT DE COMMENCER À INTÉRESSER DES LECTEURS</b>	<b>7</b>
<b>VOS ARTICLES ET VOTRE BLOG RACONTENT UNE HISTOIRE</b>	<b>10</b>
<b><u>CHAPITRE 2 : TROUVEZ VOTRE SUJET</u></b>	<b>11</b>
<b>IL N'Y A PAS DE SUJET PARFAIT</b>	<b>12</b>
<b>TROUVEZ VOTRE THÈME EN EXPLORANT</b>	<b>16</b>
<b>AVEC LE TEMPS, VOTRE THÈME DEVIENT PLUS PRÉCIS</b>	<b>17</b>
<b><u>CHAPITRE 3 : ÉCRIRE VOTRE PREMIER ARTICLE</u></b>	<b>19</b>
<b>LE RÔLE DU PREMIER ARTICLE : FAIRE EXISTER VOTRE BLOG</b>	<b>20</b>
<b>UNE TRAME NARRATIVE SIMPLE ET EFFICACE POUR VOTRE PREMIER ARTICLE DE BLOG</b>	<b>22</b>
<b><u>CHAPITRE 4 : RACONTEZ UNE HISTOIRE</u></b>	<b>27</b>
<b>UN ARTICLE RATÉ</b>	<b>28</b>
<b>L'ARTICLE RÉÉCRIT AVEC UN TON EMPATHIQUE</b>	<b>31</b>
<b>EN COMPARANT LES DEUX ARTICLES, IL N'Y A PAS PHOTO</b>	<b>33</b>
<b>L'ARTICLE RÉÉCRIT AVEC UN TON NEUTRE</b>	<b>35</b>
<b>TON NEUTRE OU EMPATHIQUE, C'EST UNE QUESTION DE DOSAGE</b>	<b>41</b>
<b><u>ALLER PLUS LOIN</u></b>	<b>44</b>
<b><u>CE GUIDE A-T-IL ÉTÉ UTILE ?</u></b>	<b>47</b>

# **Chapitre 1 : Pourquoi ce guide ?**

# Ma première expérience de blogging

Il y a des années, je me suis intéressé à la photo (et je continue d'ailleurs).

À l'époque, j'ai créé un blog sur la photographie contemporaine.

Je voulais que ce blog m'aide à devenir commissaire d'exposition.

J'allais voir des expositions, je faisais des critiques sur la façon dont elles avaient été montées. Puis, je faisais mes propres suggestions.



Mon blog de photographie contemporaine a eu de nombreux visiteurs (il était hébergé par Le Monde qui en faisait la promotion).

12 juin 2009

### Voir l'Italie et mourir



Cette exposition du Musée d'Orsay qui paraphrase Goethe à propos de Naples et cite le Grand Tour, montre la fascination que l'Italie exerce sur les peintres et les photographes au XIX<sup>e</sup> siècle, mais aussi comment la photographie primitive explore déjà toutes les facettes du document.

L'exposition se déroule de manière thématique tout en respectant une certaine chronologie ; elle démontre l'intérêt de la photographie pour des sujets d'abord portés par d'autres formes d'art, l'Italie étant depuis le XVI<sup>e</sup> siècle l'incontournable destination. Les paysages romains de Camille Corot sont suivis des travaux des daguerrétypistes avec entre autres des très beaux panoramas romains, souvent anonymes, et les plaques exécutées ou rassemblées par Ruskin et qui serviront de base à ses célèbres dessins de Pierres de Venise. Les daguerrétypistes servent d'intermédiaire des lignes du paysage et de l'architecture, puis de base d'aquarelles et de dessins. En tant que telle, cette image positive-négative, bien que difficile à regarder, demeure fascinante par sa capacité à fournir du détail et une certaine neutralité de l'atmosphère lumineuse que même les techniques actuelles continuent de rechercher.

L'École dite romaine, petit cercle de photographes qui se réunissait au café Greco vers les années 50 et travaillait notamment sur les nouvelles techniques de négatifs papiers, monte encore un grand intérêt pour la mise en place d'une documentation sur la ville est ses monuments, même si la technique commence à permettre l'apport d'une touche personnelle plus forte. Les Français (Flachéron, Normand) ou les Anglais (James Anderson avec des vues de Rome et Mac Pherson avec les ruines de Témis ou de Tivoli) ont adopté le calotype pour documenter l'Italie sublime. Au sein de ce groupe qui radoucit surtout à la « vue », Giacomo Canessa se démarque, mettant quant à lui en place de véritables mises en scène complexes en atelier comme celle de L'ordrène exotico, ou encore Pietà romana, allégorie (1850-52) dont les références et l'utilisation de la lumière semblent vouloir concurrencer



La photographie aux 19<sup>e</sup> et 20<sup>e</sup> siècles de Walter D'Amico aux années 70

Articles récents

Faute  
 Voir l'Italie et mourir  
 Gerhard Richter en France  
 Faldoutier : « J'ai rêvé de...  
 méditerranéenne... »  
 Pascoli & Graham, l'insupportable  
 mécanique des images  
 Le système moulin  
 Michel, Tom et la  
 « ressemblance affolée »  
 Irland, l'Amérique des à la mer  
 « La mort vous donne vraiment  
 l'air d'une star... »  
 « Chaque fois que le feu met une  
 chose, le résultat est un nouveau  
 portrait... »

avril 2019

L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					
+ Juin						

Archives

juin 2009  
 mai 2009  
 avril 2009  
 mars 2009  
 février 2009  
 janvier 2009  
 décembre 2008  
 novembre 2008  
 octobre 2008  
 septembre 2008  
 août 2008

Catégories

https://www.jou

Mais la plupart de ces visiteurs ne lisaient pas mes articles. Ils arrivaient sur le blog et repartaient tout de suite.

Difficile de leur en vouloir, je balançais des phrases comme ça :

« Richter a tout au long de sa carrière avancé des postulats finalement contredits. Ses propos ne font pas le même effet que ceux d'un Warhol dont les phrases accompagnaient et renforçaient les traits d'humour et d'absurdité d'une œuvre qui avait reformulé la question du sujet autant que celle du regard moderne. Bla bla bla... »

Je ne suis jamais devenu commissaire d'exposition.

# Bien des années après, j'ai créé un blog sur les startups dans le but d'en vivre

Je ne l'ai pas créé du premier coup.

J'ai mis six mois à choisir le sujet.

Puis, j'ai encore mis plusieurs semaines à écrire mon premier article. Je passais mon temps à le corriger, le modifier, le réécrire.

Le jour où j'ai publié cet article, j'ai checké qu'il s'affichait bien sur Chrome, sur Mozilla, sur le téléphone, sur la tablette, etc.

C'était nickel.

Puis j'ai installé le plug-in Google Analytics et je me suis aperçu qu'il y avait déjà trois visiteurs sur mon site.

Fausse joie : c'était mon téléphone, ma tablette et mon ordinateur.

# Il m'a fallu des mois avant de commencer a interesser des lecteurs

Je galérais, mais j'avais conscience que cela faisait partie du parcours.

Mon blog a commencé à intéresser un public le jour, j'ai sorti un article sur le [marketing des startups](#).

Cet article était drôle pour une fois et il a été partagé par d'autres personnes que moi.

Ce qui était bizarre, c'est que j'avais rédigé cet article en moins de temps que les articles précédents.

Mais je ne savais pas vraiment pourquoi cet article avait mieux marché que les précédents.

Quelques mois plus tard, j'ai sorti ma page d'[à propos](#) en utilisant le format BD.



Et là, plein de réactions positives et des commentaires.



**Stan Leloup** Le format est très cool, ça sort vraiment du lot dans ce milieu ou tout le monde raconte un peu la même chose. La BD fait passer une vraie émotion.

Par contre, je pense que sur des articles plus "conseils" ça peut-être compliqué de faire juste une BD - dans ce cas là tu peux aller voir par exemple <https://waitbutwhy.com/> qui combine incroyablement bien les dessins avec des explications de sujets très complexes.



WAITBUTWHY.COM  
**Wait But Why**

J'aime · Répondre · 1 an



J'ai encore approfondi : je me suis mis à parler de marketing en utilisant la BD.



De l'idée au produit

MASTARTUPREUSSIT.FR

**De l'idée au produit - Quels sont les pièges à éviter**



J'aime · Répondre · Supprimer l'aperçu · 1 an



**Alexia van Schaardenburg** Sympa la bd, bravo

J'aime · Répondre · 1 an



**Lotfi Benyelles** Merci Alexia, je sors un nouvel épisode aujourd'hui 😊

J'aime · Répondre · 1 an

Et puis encore plus tard, j'ai sorti cet [article](#) sur le copywriting qui mixait tout ce que je venais d'apprendre ces 12 derniers mois.

Surtout, il racontait une histoire.

**Lotfi Benyelles**  
Sponsorisé · 🌐

Cette semaine, découvrez comment le copywriting rend vos pages de ventes et vos mailings plus captivants 🤩.

Je repars d'un mail envoyé par Erwan. C'est une vraie cata. Je le réécris en suivant la méthode AIDA (Attention - Interêt - Désir - Action) et je vous explique comment l'appliquer à vos contenus.

Que vous soyez en train de travailler vos mailings, votre page de vente ou vos articles de blog, vous découvrirez comment

- 👉 Trouver les mots qui éveillent l'intérêt
- 👉 Eviter d... Afficher la suite



LOTFI.MARKETING

**Comment le copywriting rend vos pages et vos mailings plus convaincants**

En savoir plus

👍 25      3 commentaires 6 partages

👍 J'aime    💬 Commenter    ➦ Partager

- Sophie Remond** Nico Petit des conseils sur les techniques de rédactions  
7 days ago
- Séverine Srb** Très bon article ! Je me suis inspirée de cette méthode pour répondre à des offres d'emploi (secteur marketing et communication) et j'ai décroché des entretiens 🙌 alors merci pour ces conseils !  
23 days ago
- Lotfi Benyelles** Merci pour ce retour Séverine, ça me fait super plaisir de lire ça 😊 😊  
23 days ago
- Séverine Srb** Je vous en prie Lotfi avec plaisir ! Je continue à suivre vos articles car ils sont très intéressants. Bonne continuation !  
23 days ago
- Lotfi Benyelles** Merci à bientôt Séverine  
23 days ago
- Yann Duquerois** Excellent article !  
25 days ago
- Lotfi Benyelles** Merci beaucoup Yann :)  
23 days ago

Là aussi, les réactions furent très positives.

En fait, je venais de trouver mon positionnement et mon audience, j'allais maintenant parler de marketing de contenu en racontant des histoires.

## **Vos articles et votre blog racontent une histoire**

Le temps passé à tâtonner n'a pas été du temps perdu.

Par contre, les mois passés à me rassurer sur le fait de savoir si les startups étaient vraiment un bon sujet auraient pu être raccourcis.

Tout comme le fait d'avoir passé jusqu'à un mois à écrire certains articles.

Dans la création de contenu comme partout ailleurs, le mieux est l'ennemi du bien.

Le but de ce guide, c'est de vous permettre de vous lancer rapidement en vous appuyant dès le départ sur des règles de narration qui rendront vos contenus captivants.

Vous engrangerez ainsi rapidement des informations sur ce qui marche et ne marche pas et trouverez plus vite votre audience.

Pour les appliquer, vous devrez avoir deux objectifs à chaque fois que vous rédigerez quelque chose :

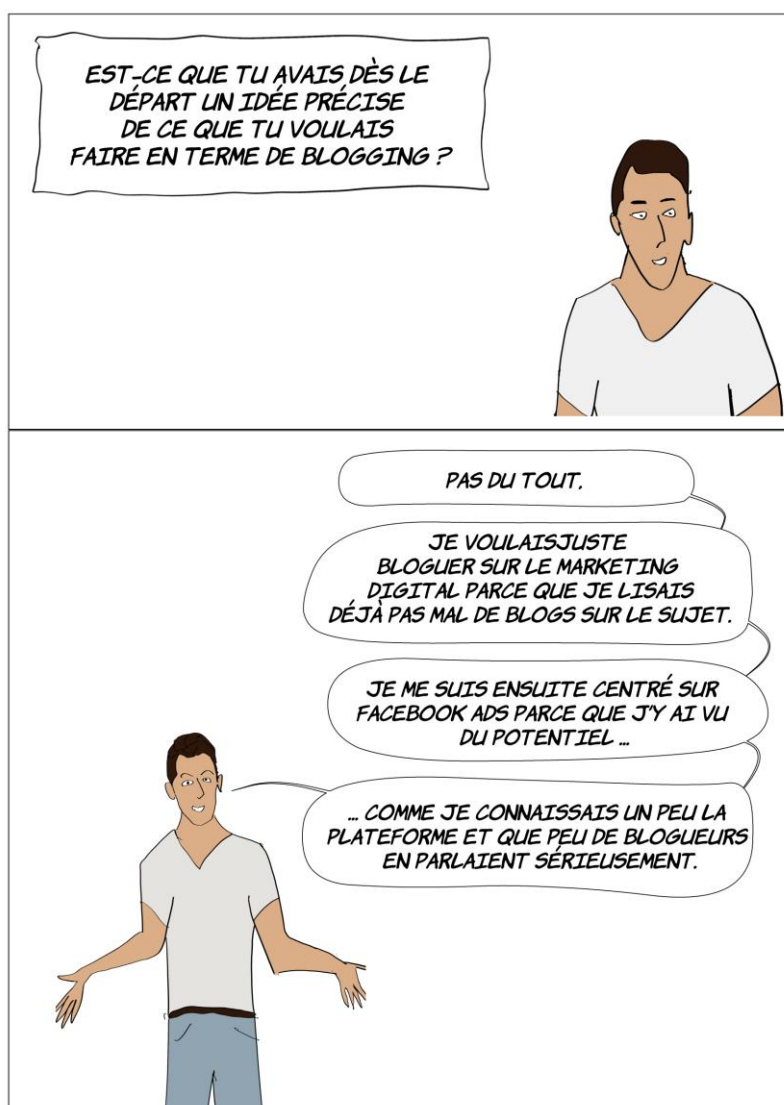
- Votre contenu devra chercher à régler un problème que votre lecteur a du mal à surmonter
- Il devra prendre la forme d'un récit ou d'une histoire

# **Chapitre 2 : Trouvez un sujet qui vous passionnera autant que votre audience**

## Il n'y a pas de sujet parfait

Danilo Duchesnes est l'auteur du blog [daniloduchesnes.com](http://daniloduchesnes.com).

Son blog est spécialisé dans le marketing Facebook. Il dépasse aujourd'hui les 150 000 visiteurs par mois. Voici ce qu'il nous dit du moment où il a commencé.



Toute personne qui souhaite se lancer dans le contenu est confrontée à deux stratégies.

- Certains privilégieront des sujets pour lesquels ils sont sûrs de trouver une audience. Pour ces gens-là, le blogueur Neil Patel met régulièrement à jour une liste de nouveaux sujets de blog qu'il juge intéressants.
- Mais la plupart auront besoin de trouver un sujet qui les intéresse (où les inspire) avant de démarrer

L'inconvénient de cette dernière stratégie, c'est qu'elle peut vous pousser à attendre de façon indéfinie d'avoir :

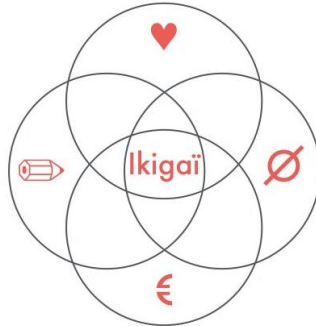
- Le sujet parfait
- Le public idéal
- L'expertise incontestable

Cette perfection est inatteignable sans se confronter à une audience. La seule chose qui compte, lorsque l'on a choisi de créer du contenu, c'est de commencer.

Isis Latorre a créé il y a deux ans le blog « [Les Nouveaux Travailleurs](#) ».

CHOISIR

## Comment Trouver son Ikigai | Ma Méthode en 4 étapes



Salut à toi et bienvenue sur LesNouveauxTravailleurs ! Comme ce n'est pas la première fois que tu viens ici, tu voudras sans doute lire le guide "Comprendre Les Nouveaux Modes De Travail" : [CLIQUE ICI pour télécharger le guide gratuitement !](#)



**L'ikigai est une philosophie de vie japonaise qui consiste à trouver un sens à notre vie, un équilibre, une raison de se lever le matin et d'être heureux d'accueillir chaque jour.**

Une étude japonaise a démontré que **l'ikigai est facteur de bonne santé et de longévité**. La région d'Okinawa qui pratique ce concept au quotidien compte en effet un grand nombre de centenaires (cinq fois plus qu'aux Etats-Unis).

Littéralement, "iki" signifie "vie" et "gai" veut dire "qui vaut la peine". C'est une vie dans laquelle on se sent "complètement aligné avec soi-même dans tous les domaines", où on se dit "**Je suis là où je dois être.**"

RECOIS  
MON  
GUIDE  
GRATUIT !

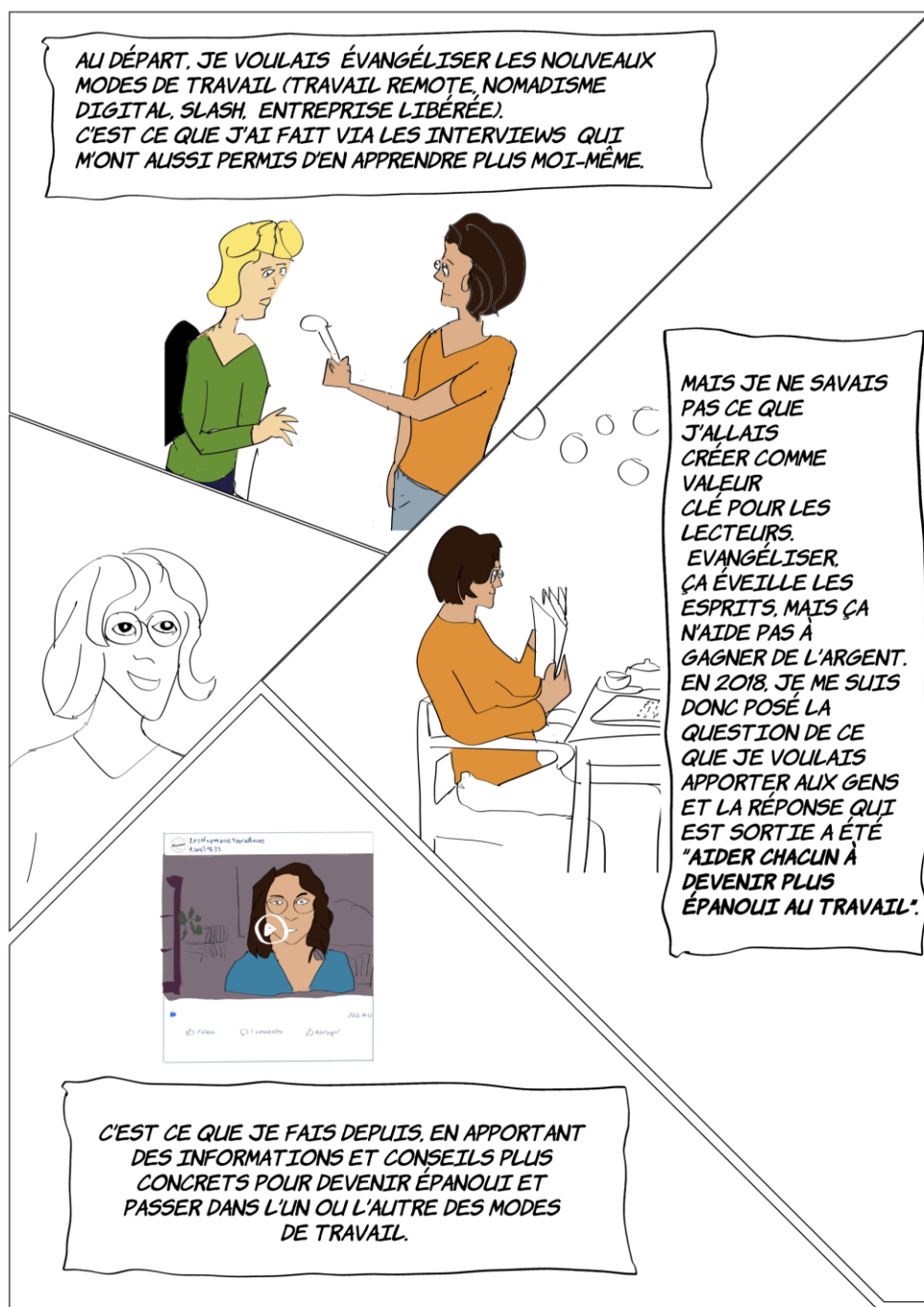
Laisse-moi ton email pour recevoir gratuitement mon guide "Comprendre Les Nouveaux Modes de Travail", et découvre :

- DEFINITION des 3 modes de travail (Remote, Nomadisme Digital, Slash)
- EXEMPLE concret de travailleur dans cette situation
- TEST pour savoir si ce mode de travail est fait pour toi

Au démarrage, son blog présentait les différentes formes de travail existantes pour toute personne qui souhaitaient éviter les journées passées en bureau.

Son format de présentation était alors assez proche de celui des journaux et ses contenus ne réglait pas assez le problème de ses lecteurs.

Mais ça lui a permis de commencer à créer du contenu et à connaître de façon plus précise les problèmes de ses lecteurs. Je laisse la parole à Isis :



Ce que nous démontrent les témoignages de Danilo et Isis, c'est qu'il n'y a pas de sujet parfait.

Personnellement, je trouve qu'il est plus facile de démarrer sur un sujet où on est certain de pouvoir s'appuyer sur ses points forts et d'écrire rapidement un premier article afin de savoir ce qui marche et ne marche pas.

## **Trouvez votre thème en explorant**

Je vous propose de lister les thèmes sur lesquels vous êtes à l'aise, ceux qui vous intéressent vraiment. Une liste de 7 thèmes suffira.

- Parmi ces thèmes, identifiez ceux pour lesquels vous sentez que beaucoup de gens sont confrontés à **un problème et qu'ils ont du mal à le surmonter**.
- Formulez le problème. Essayez de collecter le plus d'information sur le problème et vérifiez sur internet ou auprès des personnes concernées que ce problème est vraiment difficile à surmonter.
- Posez-vous la question : êtes-vous prêt/prête à investir du temps pour trouver la meilleure façon de régler ce problème ? Plus votre désir est fort, plus il y a des chances que le thème choisi soit un bon thème à explorer.



Blogueur	Thème	Problème que votre lecteur souhaite surmonter	Votre désir
Danilo Duchesnes	Le marketing Facebook	Facebook est un outil très consulté, mais les entrepreneurs ne savent pas comment l'utiliser pour faire leur marketing	J'aime le marketing et j'ai envie de travailler dans ce domaine.
Isis	Les nouvelles formes de travail	De plus en plus de gens sont malheureux dans les métiers de bureau	J'aime le fait de me sentir libre lorsque je travaille.

Comme nous pouvons le voir avec Isis et Danilo, le thème idéal, c'est celui qui combine votre désir et le problème que votre lecteur souhaite voir résolu.

## **Avec le temps, votre theme devient plus precis**

Il est possible que vous surestimiez le problème de votre public comme cela a été mon cas.

Lorsque j'ai démarré mon blog, j'avais choisi le thème des startups.

J'étais convaincu que ce type d'entreprises étaient focalisées sur des travaux prématurés : créer un produit plein de fonctions inutiles, avoir de beaux bureaux, acheter des logiciels de CRM et de compta, recruter des développeurs, etc.

La plupart d'entre elles bâclaient leur marketing et n'avaient pas d'idées précises de qui était leur client.

Après 6 mois de blogging sur ce sujet, j'ai réalisé toutefois que le problème que je soulevais n'était pas assez douloureux pour mes lecteurs même s'ils trouvaient le sujet intéressant.

**Mais fondamentalement, ce n'était pas si grave.**

Le fait de démarrer sur le sujet des startups m'a permis de passer sans difficulté au thème plus prometteur du Marketing.

**Dans la mesure où mon désir restait intact et que je n'avais même pas eu à la reformuler, je n'ai pas eu à m'arrêter.**

**Il m'a suffi de m'intéresser à un autre public.**

<b>Blogueur</b>	<b>Thème</b>	<b>Problème que votre lecteur souhaite surmonter</b>	<b>Votre désir</b>
<b>Lotfi (Phase 1)</b>	<b>Aider les startups à faire du marketing</b>	<b>Les startups ne connaissent pas leurs clients et leur proposent souvent des produits inadaptés et un marketing trop technique</b>	<b>J'aime les récits et je veux aider les entrepreneurs connaître leurs clients et à raconter leur histoire</b>
<b>Lotfi (Phase 2)</b>	<b>L'écriture captivante sur le web</b>	<b>Je ne parviens pas à créer du contenu et à captiver une audience</b>	<b>J'aime les récits et je veux aider les entrepreneurs connaître leurs clients et à raconter leur histoire</b>

# **Chapitre 3 : EcriVEZ votre premier article captivant**

# Le role du premier article : Faire exister votre blog

Voici ce que nous dit Danilo de son premier article



Le témoignage de Danilo nous démontre qu'il n'y a pas de premier article idéal. Isis dit la même chose :

COMME DIT OLIVIER ROLAND : "LA MALVAISE NOUVELLE QUAND TU COMMENCES À BLOGUER, C'EST QU'IL N'Y A QUE TA GRAND-MÈRE QUI VA LIRE TON BLOG, ET LA BONNE NOUVELLE QUAND TU COMMENCES À BLOGUER... C'EST QU'IL N'Y A QUE TA GRAND-MÈRE QUI VA LIRE TON BLOG".



LA LEÇON À TIRER C'EST QUE NOTRE PREMIER ARTICLE NE SERA LU PAR PERSONNE, À MOINS QU'ON LE RELAIE SUR SES RÉSEAUX. ON PEUT CHOISIR DE LE FAIRE OU NON.



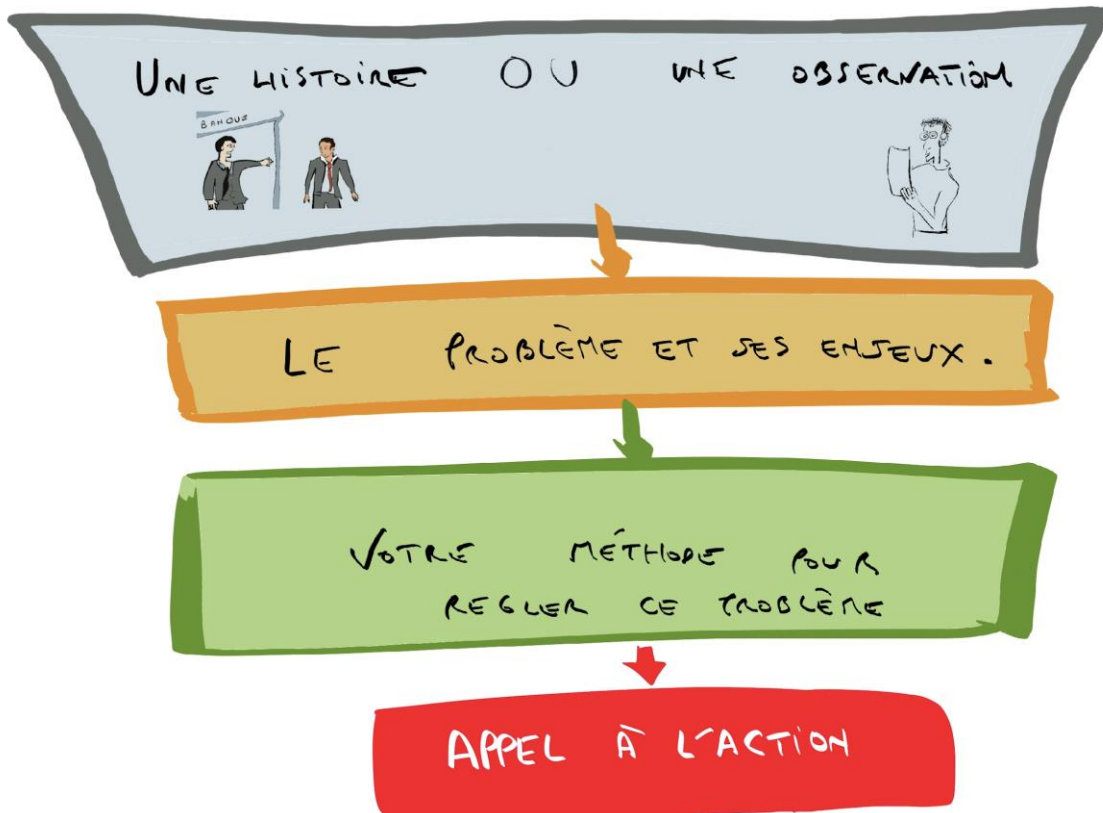
Bref, l'important concernant votre premier article, **c'est qu'il doit exister**. Même si le résultat ne vous convient pas, postez-le.

# Une trame narrative simple et efficace pour votre premier article

Il pourra s'agir d'une analyse, d'une opinion, d'un post où vous vous présentez, d'une interview écrite, de la transcription d'un podcast, etc.



Toutefois, je vous conseille de commencer à vous entraîner à une écriture captivante en utilisant cette trame narrative simple et efficace.

- La première partie devra poser un problème sous la forme d'une histoire (*vécue ou imaginée*) ou d'une observation (*avez-vous remarqué que...*). Cette partie se termine avec la réinterprétation de votre récit en **problème**.
- Dans la deuxième partie, identifiez les différents enjeux derrière ce problème. En formulant les enjeux, vous vous préparez à proposer votre méthode de résolution du problème.
- Dans la troisième partie, expliquez votre méthode pour régler le problème.
- Concluez par un **appel à l'action**. Comme vous n'avez peut-être pas encore de bonus, posez une question à votre lecteur en l'encourageant à vous laisser un commentaire. => Exemple : Vous avez écrit un article sur les meilleures postures pour éviter le mal de dos, vous pouvez poser la question suivante : « **Et vous, quelle posture privilégiez-vous pour éviter le mal de dos ?** »



Les articles que j'écris sur mon blog suivent cette trame pour la plupart d'entre eux.

Voici un tableau qui récapitule la façon dont deux de mes articles utilisent cette trame.

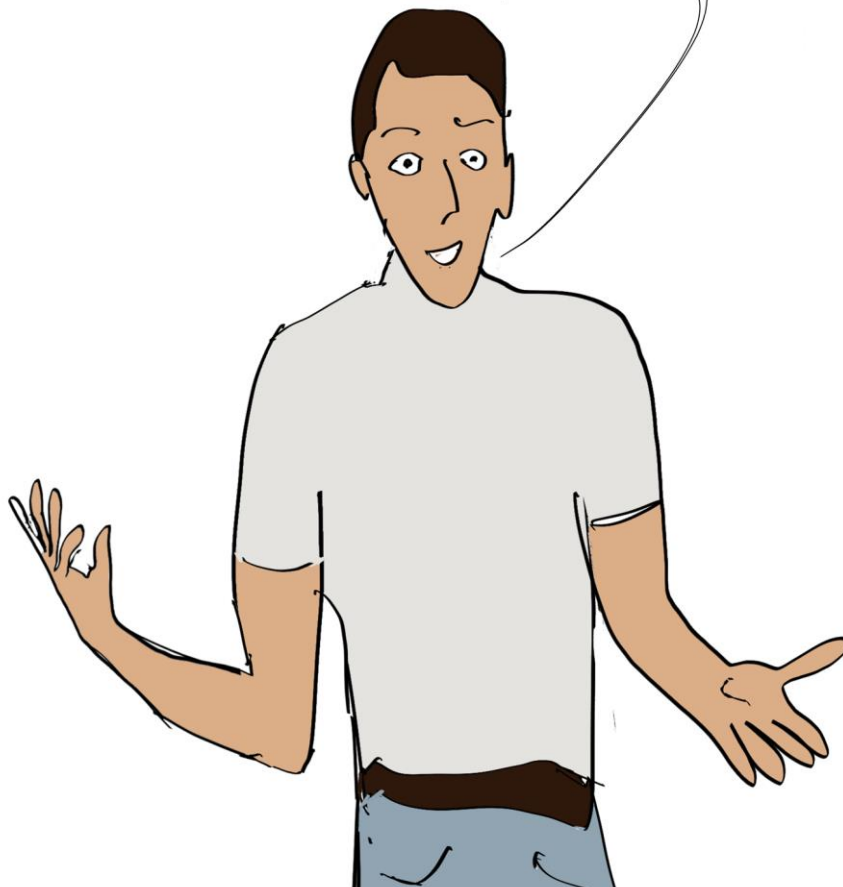
<b>Article</b>	<a href="#">Comment le copywriting rend vos pages et vos mailings plus convaincants.</a>	<a href="#">Écrire son premier article : 3 histoires de blogueurs professionnels</a>
<b>Image</b>	<p>Comment le copywriting rend vos pages et vos mailings plus convaincants.</p> <p><small>by LUTHERNELLES</small></p> <p>Il y a toujours un moyen d'améliorer vos contenus ! Mais si on ne sait pas comment, il est possible d'améliorer considérablement les contenus pour captiver et convaincre. Découvrez cette méthode simple et efficace utilisée par les meilleurs copywriters et améliorez vos copywriting aujourd'hui !</p> <p><b>Qu'est-ce que le copywriting?</b></p> 	<p>Écrire son premier article : 3 histoires de blogueurs professionnels</p> <p><small>by LUTHERNELLES</small></p> 
<b>Histoire ou observation</b>	Erwan envoie des mailings, mais la rédaction de ces mails est très imparfaite. Il ne parvient pas à convaincre.	Léa, Danilo et Isis sont trois créateurs de contenus qui sont passés de 0 à plusieurs milliers d'abonnés en deux ans. Ils reviennent dans le passé, le jour où ils ont écrit leur premier article (interview BD).
<b>Le problème</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Comment écrire des contenus captivants sur le web ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Comment surmonter l'écueil du premier article ?</li> </ul>
<b>Ses enjeux</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Où trouver l'information pour écrire des contenus captivants</li> <li>● Donner du sens à ce que l'on fait lorsque l'on travaille dans le marketing et la vente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Trouver un sujet</li> <li>● Surmonter la peur du ridicule</li> <li>● Accepter l'idée que l'on apprend en expérimentant</li> </ul>
<b>La méthode pour le régler le problème</b>	4 outils de base pour commencer à faire du copywriting	7 conseils pour rédiger son premier article et passer aux suivants
<b>L'appel à l'action</b>	Télécharger le guide « 3 lettres de vente pour améliorer votre copywriting »	Télécharger le guide « Trouvez votre sujet de blog et créez votre premier article captivant »

**Maintenant, j'insiste, votre premier contenu n'a pas à être parfait. Il doit exister, c'est tout. Et comme le dit Danilo ...**



*QUEL CONSEIL DONNERAIS TU POUR DÉBLOQUER  
QUELQU'UN QUI N'ARRIVE PAS À DÉMARRER ?*

*JE LUI DIRAI QUE TOUT LE TEMPS  
QU'IL PERD À SE DEMANDER S'IL A  
UNE BONNE IDÉE POURRAIT  
ÊTRE UTILISÉ POUR ÉCRIRE SES  
PREMIERS ARTICLES  
ET APPRENDRE ENSUITE DE SES ERREURS.*



Voici mon premier [article](#), il date de juillet 2017. Il est abominable à lire.  
Mais c'est lui qui m'a permis de démarrer.

## Technologie vs. usages

By Lotfi BENVELLES



Bienvenue à nouveau sur lotfi.marketing ! Sais-tu qu'il est possible d'améliorer considérablement tes contenus pour captiver et convaincre. Découvre cette méthode simple et efficace utilisée par les meilleurs copywriters et **améliore ton copywriting gratuitement ! 😊**

*Le 12 avril dernier, la ville de Paris attribuait le marché des Vélos Libre Service (VLS) à une PME Montpelliéraine de 38 salariés. A partir de 2018, SMOOVE, remplacera JCDECAUX pour quinze ans. Comment le leader mondial de l'affichage publicitaire a perdu un marché qu'il avait contribué à créer avec sa technologie Cyclocity ?*

Plusieurs facteurs ont joué et l'idée n'est pas de tous les recenser ici. Le but de cet article est de voir comment lorsque un produit atteint sa maturité, la recherche technologique va devoir privilégier une baisse des coûts et l'amélioration de la qualité du service du plutôt que l'amélioration de sa performance technique à l'utilisation.

### **Naissance du Vélo Libre Service**

En 2009, la ville de Paris lançait le Vélib', un système de vélo en libre service (VLS) exploité par JCDECAUX. L'entreprise avait déployé à cette occasion le système de sa filiale **Cyclocity**

**Chapitre 4 : Racontez  
une histoire qui  
donnera a votre  
audience l'envie de  
revenir**

# Un article rate

Voici un article que j'ai rédigé pour présenter le passage de l'entrepreneur Jérôme Dumont sur mon podcast, Reputation Lab :

Libérer sa productivité : Interview de Jérôme Dumont coauteur de la 25ème heure, patron d'agence et organisateur du festival OPAL



Podcast: [Lire dans une autre fenêtre](#) | [Télécharger](#) (Durée: 1:16:42 – 69,7MB)

Abonnez-vous gratuitement sur : [Android](#) | [RSS](#)

Cette semaine j'accueille un entrepreneur au long cours, un créatif déterminé, Jérôme Dumont. Jérôme est le patron de l'agence [One more thing Studio](#), OMTS et coauteur du best seller : la 25ème heure.

One more thing Studio est une marque familière pour toute personne qui s'est demandé un jour comment réaliser une application, comment faire décoller son entreprise web ou sa startup.

Derrière cette marque se cache un entrepreneur original et inspirant, Jérôme Dumont qui est parvenu à donner à sa petite agence une visibilité forte et sans rapport avec la petite taille de sa boîte.

Jérôme n'est juste un patron d'agence web. Il est aussi l'auteur d'un best seller, la 25ème heure et l'organisateur principal d'un festival de musique collaboratif en Normandie, [le festival Opal](#).

Dans cette interview, il nous racontera son histoire et sa passion pour les projets collaboratifs et l'entreprise libérée.

# Cet article a de nombreux défauts.

Premier soucis, le titre :  
il est trop long et contient trop d'informations

productivité : Interview de Jérôme Dumont coauteur de la 25ème ron d'agence et organisateur du festival OPAL



Podcast: Lire dans une autre fenêtre | Télécharger (Durée: 1:16:42 - 69.7MB)

Puis l'article se contente de lister les sujets abordés dans l'interview. Il aurait fallu raconter un début d'histoire pour donner envie de connaître Jérôme et écouter l'interview.

Cette semaine j'accueille un entrepreneur au long cours, un créatif déterminé, Jérôme Dumont. Jérôme est le patron de l'agence [One more thing Studio](#), OMTS et coauteur du best seller : la 25ème heure.

One more thing Studio est une marque familière pour toute personne qui s'est demandé un jour comment réaliser une application, comment faire décoller son entreprise web ou sa startup.

Derrière cette marque se cache un entrepreneur original et inspirant. Jérôme Dumont qui est parvenu à donner à sa petite agence une visibilité forte et sans rapport avec la petite taille de sa boîte.

Jérôme n'est juste un patron d'agence web. Il est aussi l'auteur d'un best seller, la 25ème heure et l'organisateur principal d'un festival de musique collaboratif en Normandie, [le festival Opal](#).

Dans cette interview, il nous racontera son histoire et sa passion pour les projets collaboratifs et l'entreprise libérée.

Pour Jérôme, un entrepreneuriat créatif va forcément de pair avec la question de la productivité et la possibilité de permettre à chacun de travailler avec ses points forts, de façon inspirante et sans contrainte.

Dans cet épisode, nous verrons :

- Pourquoi l'Inbound marketing est le meilleur moyen de se donner de la visibilité lorsque l'on est une petite entreprise de service
- Comment s'investir pleinement dans des projets aussi différents et prenants que la création d'une société, la rédaction d'un livre et l'organisation d'un festival
- Les coulisses de la rédaction d'un best seller : la 25ème heure
- Pourquoi la collaboration libre que permet l'entreprise libérée et les organisations de type Opal permettent de bénéficier du meilleur de chacun
- Et bien d'autres sujets.

Les ressources évoquées par Jérôme lors de l'entretien :

- [Le livre La 25ème heure](#)
- [Le blog de Neville Mechora](#) sur le copywriting et l'importance des mots dans la vente
- [Le site du festival OPAL](#)
- [Le site de Frédéric Laloux](#) et son livre [Reinventing Organisations](#)

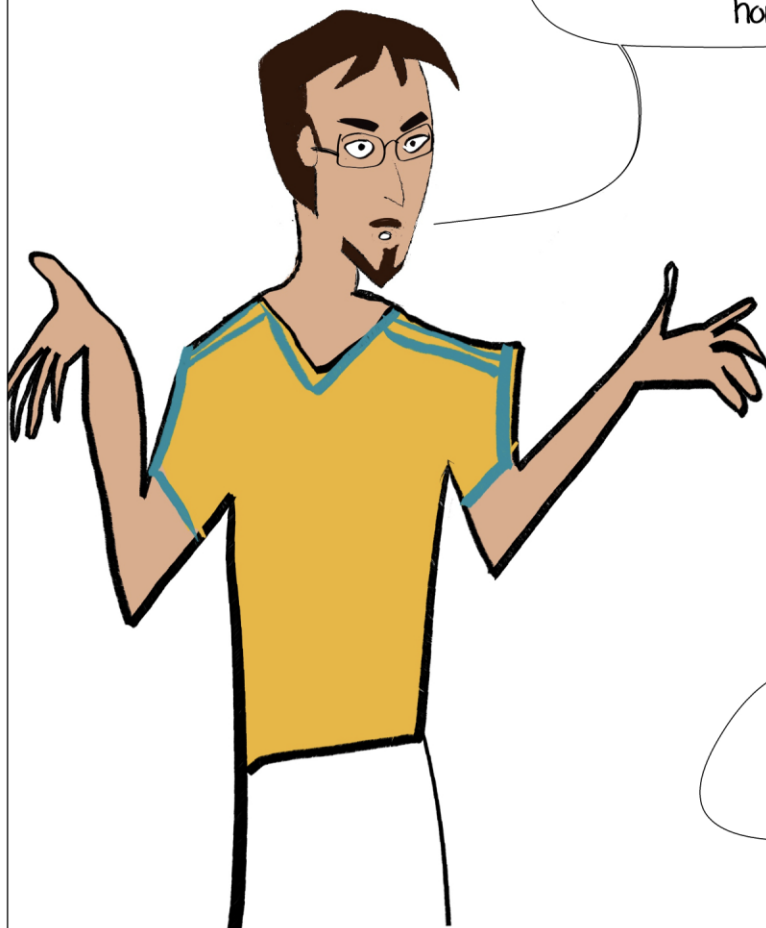
Bonne écoute

Enfin, il n'y a pas de véritable appel à l'action.

En lisant cet article, on a le sentiment que l'auteur (moi) vient juste de finir le montage de son podcast et le balance en disant : "Voilà, c'est prêt, y'a plus qu'à écouter"

C'est très insuffisant et ça ne permet pas d'accompagner le lecteur vers l'écoute du podcast. Une histoire aurait permis de le faire.

Voici l'article réécrit à partir d'un épisode que Jérôme m'a raconté hors micro.



## L'article reecrit avec un ton empathique

### Refaire le monde en 24 heures



Un jour d'été 2008, un jeune français, Jérôme Dumont, atterrissait seul à l'aéroport de Mexico City.

Après un séjour d'un mois aux États-Unis, il venait de se séparer de ses amis retournés en France et commençait son tour d'un monde d'un an.

Tout juste après la douane et alors qu'il avançait vers l'extérieur de l'aéroport, le climat aride de ce début d'été éveilla en lui une peur.

La langue, les signes et l'atmosphère lui étaient totalement étrangers.

Dans un pays qui promettait d'être aussi beau qu'effrayant, la panique l'envahit et le sol se déroba sous ses pieds.

Quelle drôle d'idée ce tour du monde ? N'aurait-il pas été plus sage d'enfiler un costume de consultant pour se rendre à La Défense comme la plupart de ses camarades d'École.

Un jeune homme vint vers lui. Il portait un gros backpack où étaient cousus de nombreux drapeaux.

“Olà, me llamo Juan, soy de Argentina”

Jérôme répondit tout de suite dans une langue qu'il ne maîtrisait pourtant pas très bien.

“Olà, me llamo Jérôme, soy de Francia”

Le sentiment d'inconfort disparut pour le reste du voyage. À chaque étape de son périple, Jérôme fit de nouvelles rencontres, des locaux ou des voyageurs comme lui.

Ce voyage fondateur allait lui servir de boussole pour la suite.

Dans les 10 années qui nous amènent à aujourd'hui, Jérôme a renoncé aux promesses vides de sens de la carrière de consultant.

Il a également refusé le naufrage du patron passant ses journées et ses nuits à s'occuper des détails des missions, de la paie des salariés, des factures et de tous les autres soucis du quotidien.

La liberté que Jérôme a cherchée durant cette année de voyage lui a fait prendre conscience que ses aspirations n'étaient pas un hobby auquel on réserve quelques heures un soir de semaine.

Il a travaillé à créer, brique par brique, un monde où ses aspirations s'accordent avec celles des autres.





Dans cet épisode de Reputation Lab, j'ai invité Jérôme pour qu'il nous en dise plus sur lui-même :

- Comment est-il parvenu à s'investir pleinement dans des projets aussi différents et prenants que la création d'une société, la rédaction d'un livre et l'organisation d'un festival de musique
- Comment s'est passée la rédaction de son best-seller : la 25e heure
- Comment est-il parvenu à mettre en place les principes de la collaboration libre dans son entreprise et au sein du festival Opal

**Découvrez l'interview**

## **En comparant les deux articles, il n'y a pas photo**

Je vous propose maintenant de comparer les deux versions de l'article maintenant afin que vous perceviez la différence :

<b>Article</b>	<b>Libérer sa productivité : Interview de Jérôme Dumont coauteur de la 25e heure, patron d'agence et organisateur du festival OPAL</b>	<b>Refaire le monde en 24 heures</b>
<b>Image</b>		
<b>Histoire ou observation</b>	Aucune	L'histoire de Jérôme depuis son départ pour un tour du monde jusqu'à la rédaction du Best-Seller : "La 25e heure"
<b>Le problème</b>	Aucun	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jérôme a toujours aspiré à une vie qui ait du sens</li> <li>• Mais, il s'est retrouvé confronté à des contraintes aliénantes : le salariat puis le rôle de patron débordé</li> </ul>
<b>L'enjeu reformulé</b>	Aucun	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comment rester maître de son temps en créant des relations de travail apaisées et qui aient du sens</li> </ul>
<b>La méthode pour régler le problème</b>	Liste de sujets abordés dans l'interview	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Collaborer en écoutant les autres et en étant sensible à leurs points forts</li> <li>• Donner la même importance à ses engagements privés et professionnels</li> <li>• S'investir pleinement dans ses projets</li> </ul>
<b>L'appel à l'action</b>	Aucun	Découvrez l'interview

## L'article reecrit avec un ton neutre





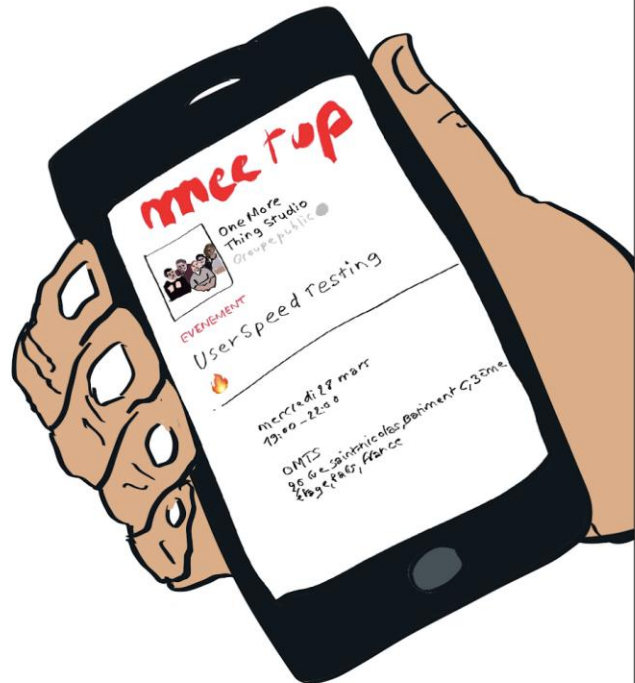
# REFAIRE LE MONDE EN 24 HEURES

avec Jérôme Dumont

UN SOIR DE MARS,  
APRÈS UNE GROSSE  
JOURNÉE DE TRAVAIL  
JE N'AVAIS QU'UNE  
ENVIE, RENTRER  
CHEZ MOI

...  
MAIS JE MÉTAIS  
INSCRIT QUELQUES  
JOURS AUPARAVANT  
À UN ÉVÉNEMENT  
ORGANISÉ PAR  
L'AGENCE  
ONE MORE  
THING STUDIO : LES  
USER SPEED TESTING

J'AI LONGUEMENT  
HÉSITÉ À ANNULER...



MAIS FINALEMENT,  
J'AI DÉCIDÉ  
DE M'Y RENDRE



C'EST JÉRÔME, LE PATRON  
DU STUDIO QUI M'A ACCUEILLI.



Salut,  
bienvenue.

JÉRÔME ET SON ÉQUIPE AVAIENT CRÉÉ LES "USER SPEED TESTING" APRÈS AVOIR RÉALISÉ QUE CERTAINS CRÉATEURS DE STARTUPS VENAIENT LES VOIR EN LEUR DEMANDANT DE DÉVELOPPER DES PRODUITS DONT PERSONNE N'AVAIT VRAIMENT BESOIN.

On voit le profil de tous les participants à la conférence, et quand on match, on peut se donner rendez-vous pour une réunion de travail.

Notre application fonctionnera comme un Tinder pour les participants à des salons et à des conférences



Le sujet est intéressant. Mais avant de vous lancer et de dépenser vos sous, est-ce que vous avez testé l'idée auprès de gens qui vont régulièrement aux conférences

Euh... Non



AVEC LES USERS SPEED TESTING, LES ENTREPRENEURS  
RECUEILLAIENT DES AVIS ET DES RECOMMANDATIONS  
AUPRÈS DE TESTEURS VOLONTAIRES.



CE SOIR LÀ 4 STARTUPS  
FAISAIENT TESTER LEUR  
PRODUIT À 4 TESTEURS.



AU BOUT DE 20 MINUTES,  
LE TESTEUR CHANGEAIT  
DE TABLE ET TESTAIT  
UN NOUVEAU PRODUIT.



AU COURS DE LA SOIRÉE, PLUSIEURS CHOSES ONT  
RETENU MON ATTENTION

Vous avez pu tester  
votre produit comme  
vous le souhaitiez?



LA BIENVEILLANCE ET  
L'ÉCOUTE DE JÉRÔME ...



... UN LIVRE  
AU TITRE INTRIGANT  
STOCKÉ EN PILE SUR  
UN DES BUREAUX...



...ET LA QUALITÉ DES ESPACES DE TRAVAIL. ON SENTAIT  
QUE LES PATRONS SOUHAITAIENT QUE LEURS SALARIÉS APPRÉCIENT  
L'ENDROIT OÙ ILS PASSAIENT UNE BONNE PARTIE DE LA JOURNÉE.

J'essaie de mettre en place les principes de l'entreprise libérée, les salariés de l'agence décident de beaucoup de choses entre eux : l'affectation aux missions et les congés par exemple.

Je suis passionné par ces questions d'organisation du travail et de la productivité. J'ai pu écrire un livre avec des amis en un week-end par exemple.

Et je co-organise également le festival annuel de musique collaboratif OPAL où chaque participant est également organisateur.

Repasse me voir et on en parle.





**ET J'Y SUIS RETOURNÉ  
QUELQUES JOURS PLUS TARD.**

**DÉCOUVREZ  
L'INTERVIEW**



# Ton neutre ou empathique, c'est une question de dosage

Si nous récapitulons les deux versions de l'article, ils ne communiquent pas les mêmes informations, même s'ils arrivent au même appel à l'action.

Article	Refaire le monde en 24 heures	Refaire le monde en 24 heures
Image		
Ton	Empathique	Plutôt neutre
Histoire ou observation	L'histoire de Jérôme depuis son départ pour un tour du monde jusqu'à la rédaction du Best-Seller : "La 25e heure"	L'histoire de la rencontre entre le narrateur et Jérôme Dumont dans le cadre des "User speed testing"
Le problème	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jérôme a toujours aspiré à une vie qui ait du sens</li> <li>Mais, il s'est retrouvé confronté à des contraintes aliénantes : le salariat puis le rôle de patron débordé</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Des startups et des entreprises ont du mal à identifier leurs priorités lorsqu'elles se lancent</li> <li>Elles créent des produits sans assurance qu'il y ait un marché derrière</li> </ul>
L'enjeu reformulé	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comment Jérôme reste maître de son temps en créant des relations de travail apaisées et qui aient du sens</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>comment Jérôme aide les jeunes entreprises à faire un travail qui a du sens (en obtenant des informations sur leur futur marché)</li> </ul>
La méthode pour régler le problème	<ul style="list-style-type: none"> <li>Collaborer en écoutant les autres et en étant sensible à leurs points forts</li> <li>Donner la même importance à ses engagements privés et professionnels</li> <li>S'investir pleinement dans ses projets</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Créer les User Speed Testing pour aider les entrepreneurs</li> <li>Mais les Users Speed Testing ne sont qu'un aspect de l'expérience de patron de Jérôme</li> <li>Il dirige une entreprise libérée et il est passionné par le thème de l'organisation du travail. Ce qui lui permet de s'impliquer dans plein de sujets passionnants 'Festival Opal, sa boîte, les User speed testing, son livre).</li> </ul>

<b>L'appel à l'action</b>	Découvrez l'interview	Découvrez l'interview
---------------------------	-----------------------	-----------------------

Les deux articles ont la même finalité (écouter l'interview), mais avec un ton différent et des informations différentes :

Le récit de l'histoire de Jérôme à Mexico est plus empathique. Cette version est idéale pour passer des émotions mais elle ne permet pas de transmettre beaucoup d'informations.

La seconde version est plus neutre, mais elle donne plus d'éléments sur le parcours de Jérôme.

Pour captiver dans vos articles, il faut généralement doser les deux approches.

L'histoire de départ devra chercher l'empathie en soulignant certaines émotions : la peur de l'échec, la volonté d'aboutir et les difficultés que l'on éprouve lorsque l'on décide de franchir un seuil.

Les parties suivantes (la formulation d'un enjeu et la méthode pour régler un problème) devront être exposées de façon plus neutre et plus argumentée.

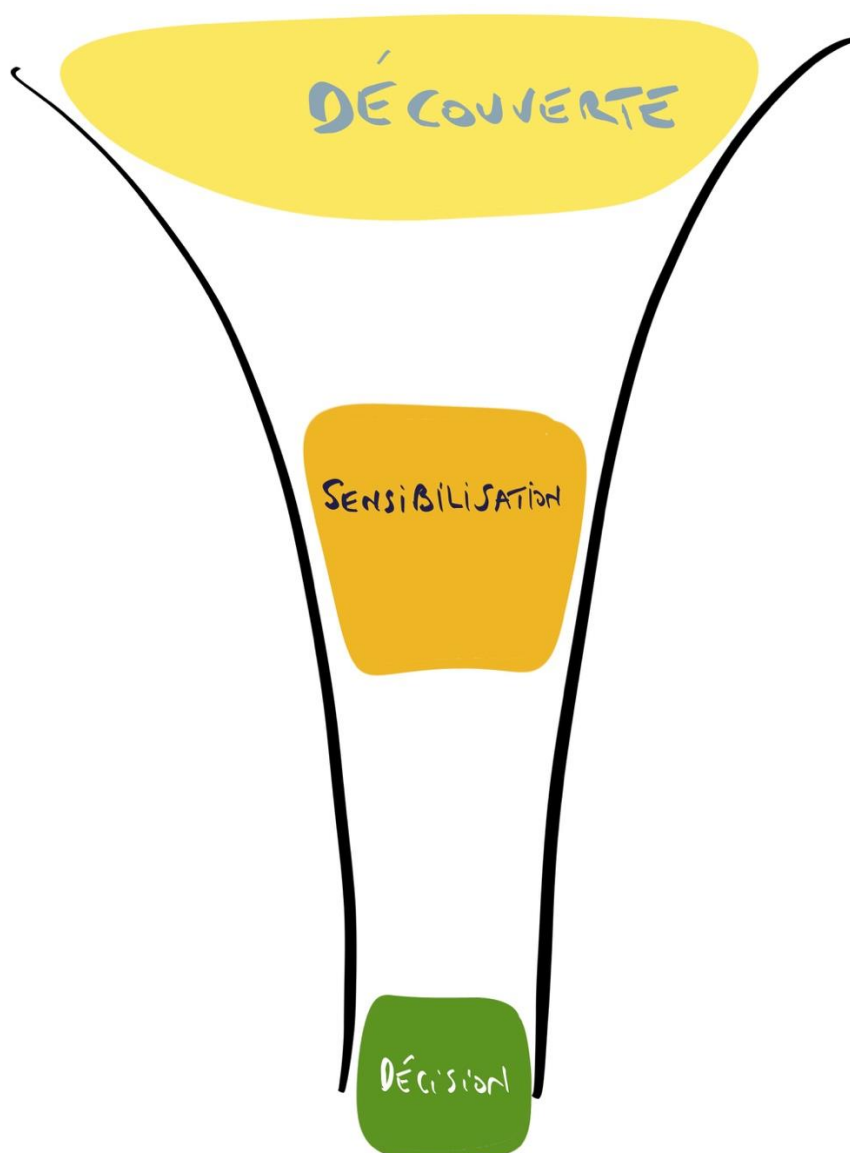
# **CHAPITRE 5**

**Preparez votre tunnel  
de vente et gagnez  
vos premiers euros  
grace au copywriting**

Maintenant que vous savez écrire des articles captivants, vous pouvez commencer à créer votre tunnel de vente.

En effet, dans votre blog, vos contenus captivants auront une finalité différente.

- Certains seront chargés d'attirer l'attention de vos lecteurs et de le sensibiliser à son problème, ce sont les contenus de sensibilisation
- D'autres démontreront la qualité de vos expertises, ce sont les contenus
- Enfin, la dernière catégorie de contenus sera chargée de persuader vos lecteurs d'acheter vos produits.



Ce sujet est le thème central de mon blog : **vous faire écrire pour mettre en place un blog persuasif et vendre vos produits d'information.**

Les prochains mails que vous recevrez de ma part vous présenteront dans le détail ce qu'est l'écriture persuasive et le copywriting.

En attendant, vous pouvez consulter cet [article](#) qui vous expliquera comment créer les différents types de contenus de votre tunnel de vente.

# Aller plus loin

Voici quelques articles du blog lotfi.marketing qui vous permettront de passer aux étapes suivantes :

- [Si vous êtes en panne d'idée](#)
- [Comment le copywriting vous aide à améliorer vos contenus](#)
- [La formule AIDA et les émotions dans la rédaction de contenus](#)
- [Quelques techniques de storytelling](#)
- [Comment utiliser les images gratuites libres de droits](#) (et comment faire parler les images de façon générale)
- [Les différents types de contenus pour persuader vos lecteurs d'acheter vos produits](#)

# Ce guide a-t-il été utile

?

Je suis très curieux d'avoir votre avis.

[Cliquez ici pour répondre à mon sondage rapide.](#)