

"Le plan d'action complet"

RÉUSSIR SA RECONVERSION COPYWRITER FREELANCE

**"Le copywriter qui convertit le
plus en Francophonie"**

ADRIEN LE STANG



AVANT-PROPOS

« Le plus beau métier du monde »

Le métier de copywriter est le plus beau métier du monde, j'en suis convaincu.

Juste avant d'approfondir ce point, j'aimerais déjà vous remercier.

Merci pour le temps que vous allez passer à me lire. Et pour la confiance que vous avez bien voulu m'accorder en téléchargeant cet ebook.

J'aimerais aussi vous féliciter. Parce qu'en vous intéressant au métier de copywriter, vous êtes probablement en phase de réflexion profonde sur vous même. Et sur votre avenir.

Peut-être que vous ne vous retrouvez plus dans votre travail actuel. Peut-être que vous avez envie de vous sentir plus libre. Plus libre de travailler d'où vous voulez... Mais aussi plus libre financièrement. Avec des revenus qui vous permettraient de ne plus compter.

Alors je vous comprends. Et je ne peux que vous encourager à vous lancer dans ce beau métier de copywriter.

Qui suis-je pour vous parler du métier de copywriter ?

Je m'appelle Adrien Le Stang. Je suis copywriter professionnel. Mon travail consiste à rédiger et à mettre en place des systèmes de vente. Pour mon activité personnelle. Et pour mes clients.

J'ai quelques jolis succès à mon actif (+20 000€ avec un seul email en envoi unique, +90 000€ avec une séquence promotionnelle, etc.).

La méthode que je vous donne dans cet ebook fonctionne. Elle m'a permis de réussir ma reconversion professionnelle.

Elle m'a permis de passer d'un emploi salarié dans lequel j'étais malheureux, à une vie épanouie, remplie de voyages (je suis nomade depuis mars 2017) et dans laquelle je gagne très bien ma vie.

En appliquant minutieusement les conseils que je m'apprête à vous donner, je vous garantis que vous obtiendrez des résultats.

Recevez tous mes vœux de succès.

Adrien



Adrien Le Stang

Copywriter & formateur

Fondateur CopyTraining™

Introduction

« 3 raisons de vouloir devenir copywriter »

Raison n°1 : Un métier dont on ne se lasse jamais

En devenant copywriter, vous ouvrez un chapitre professionnel dans lequel vous avez la certitude de ne jamais vous ennuyer.

En tant que copywriter, vous êtes constamment invité à creuser de nouveaux sujets, toujours plus différents les uns des autres. Le copywriting est un métier dans lequel on développe sans cesse de nouveaux centres d'intérêt. Beaucoup de copywriters se découvrent des passions pour des sujets qui ne les avaient jamais interpellés auparavant. J'en connais.

Olivier R. par exemple. Celui qu'on appelait « le copywriter des millionnaires » du web dans les années 2010, me confiait qu'il s'était pris de passion pour les sciences occultes. Alors qu'il se qualifie lui-même comme quelqu'un de rationnel et plutôt réfractaire à tout cet univers...

Ou encore Guillaume R. qui, quelques semaines après sa sortie de **CopyTraining™**, s'est vu proposer une collaboration avec une marque de piercing. Un univers qui ne l'intéressait pas jusqu'alors. Guillaume n'a aucun piercing. Pas de tatouage non plus... Il a accepté de creuser le sujet. Pour finalement m'avouer que c'est un sujet fascinant, et qu'il a appris énormément de choses. Notamment sur des questions de tribalismes.

Et je pourrais aussi vous parler de moi. J'ai commencé à m'intéresser au dessin artistique, parce que j'ai été amené à creuser le sujet dans le cadre de mon travail... J'adore ça. Et il ne fait aucun doute que sans ce métier, je n'aurais jamais appris à dessiner. Et je serais probablement passé à côté de quelque chose.

Raison n°2 : La sécurité

La deuxième raison pour laquelle je considère le métier de copywriter comme le plus beau métier du monde : C'est qu'il nous confère une sécurité financière inégalable.

Bien au-delà de n'importe quel diplôme universitaire.

Comprenez bien : une fois que vous vous serez formés, une fois que vous maîtriserez parfaitement les principes fondamentaux, une fois que vous aurez acquis une expérience suffisante, une fois que vous vous serez retrouvé immergé dans des business qui génèrent des centaines de milliers d'euros, voire des millions d'euros chaque année, alors vous comprendrez les rouages d'une entreprise prospère. Vous saurez vendre. Et quand on sait vendre, on est à l'abri financièrement. CQFD.

Raison n°3 : Le pouvoir de changer le monde

La troisième raison qui fait du métier de copywriter le plus beau métier du monde, c'est qu'il nous confère un pouvoir immense. Celui de convaincre. Celui de persuader les êtres humains à agir. Et potentiellement, celui de changer le monde !

J'encourage chaque copywriter professionnel à travailler pour des causes qui lui sont chères. Et à mener des projets caritatifs en parallèle...

Concrètement, qui peut devenir copywriter ?

On me demande souvent s'il faut être créatif, s'il faut être bon à l'écrit, s'il faut avoir de l'expérience en écriture, etc.

Et ma réponse est toujours la même : non, non et non.

Le « public » voit ce que vous écrivez. Mais ça ne représente qu'une infime partie du métier. Un copywriter, c'est d'abord quelqu'un de curieux. Quelqu'un qui aime creuser, pour aller au fond des choses. C'est quelqu'un qui aime faire des recherches. Et puis c'est aussi quelqu'un qui s'intéresse de près à la psychologie humaine. Curieux de comprendre pourquoi l'être humain agit de telle ou telle façon, dans telle ou telle situation...

La rédaction n'arrive qu'en dernier lieu. C'est l'étape finale. La cerise sur le gâteau. Et si le choix des mots a son importance, bien sûr, c'est surtout le choix des idées et les structures utilisées qui vont porter leurs fruits.

Pour finalement répondre à cette question, je dirais ceci :

N'importe quelle personne curieuse et qui s'intéresse à la psychologie humaine peut devenir copywriter. À condition d'être prêt à faire les efforts nécessaires pour y arriver.

Parce que c'est un apprentissage parfois difficile. Mais comme tout ce qui a de la valeur, ça se mérite. N'est-ce pas ?

C'est la raison pour laquelle je vous ai préparé ce petit plan d'action. Je vous invite à le suivre rigoureusement, sans "griller" les étapes. Et je vous garantis de réussir votre reconversion dans le plus beau métier du monde.

1. Les grands principes

Commencez par poser votre stylo... Fermez votre traitement de texte... Et renoncez à vous gaver de techniques de copywriting (pour le moment).

La toute première chose que je vous recommande absolument, c'est d'intégrer les grands principes fondamentaux. Vous n'y échapperez pas.

Cela doit être la base de votre apprentissage. Lisez (et relisez) les ouvrages de Cialdini, intéressez-vous à la prise de décision en psychologie, aux différents modèles mentaux, à la psychologie du consommateur. Et plus généralement, à tout ce qui touche à la psychologie sociale.

Et vous allez remarquer quelque chose d'amusant. Au fur et à mesure que vous intégrez les grands principes, vous allez commencer à les repérer partout dans votre quotidien. Sur les vitrines de magasins, sur les affiches publicitaires, sur les réseaux sociaux. Ça va devenir un jeu.

Vous allez entrer dans une sorte de boucle vertueuse, où plus vous progressez, plus vous devenez capables d'identifier ces principes autour de vous. Et plus vous continuerez à progresser.

Après quelque temps à jouer à ce jeu, vous serez parfaitement à l'aise avec chaque principe. Il sera alors temps de passer à l'étape suivante.

2. L'apprentissage pratique

Une fois les grands principes maîtrisés, vous allez devoir passer à ce que j'appelle « l'apprentissage pratique ». Parce que maîtriser la psychologie humaine et la persuasion, c'est bien. Mais vous devez aussi apprendre à l'appliquer concrètement.

Je vous recommande de reproduire exactement la même méthode que je préconise à mes élèves dans [CopyTraining™](#) : Apprenez à rédiger les pièces de vente les plus demandées par vos futurs clients potentiels. Une à une.

Je recommande, au minimum, d'apprendre à rédiger des pages de vente, des e-mails de vente, des séquences d'onboarding des séquences de vente de produits, des séquences de vente de services et des séquences de cold-emailing. Il me semble que c'est le « pack de compétences » minimum pour démarrer.

Une fois à l'aise avec toutes ces pièces, vous pourrez vous perfectionner pour apprendre à monter des webinaires, rédiger des scripts de vidéos de vente, concevoir des publicités, etc.

Profitez de cette phase d'apprentissage pratique pour vous construire un portfolio. C'est ce que nous faisons dans CopyTraining™. Chaque participant commence par choisir une thématique sur laquelle il va travailler pendant toute sa formation. Par exemple, le sport. Puis il construit toutes ses pièces autour de cette thématique, dans le but de se

constituer un catalogue cohérent (et attrayant) pour ses clients.

C'est aussi une façon de capitaliser sur votre temps de formation...

Passons maintenant à l'étape suivante.

3. La montée en compétence

À présent, vous maîtrisiez les grands principes, vous savez rédiger les pièces de vente importantes et vous avez votre portfolio. Parfait. Il est temps de vous jeter à l'eau. Il est temps d'aller chercher vos premiers clients.

« Il est temps de montrer au monde ce que vous savez faire »

C'est un moment redouté des néo-copywriters. Parce que vous allez être jugé. Par vos clients, mais surtout par vos résultats. Je vous propose d'oublier tout ça pour le moment.

Je vous propose de vous concentrer sur un objectif égoïste : celui de gagner en expérience.

Considérez ces premières missions comme une partie de votre apprentissage. Prenez des petites missions. Explorez. Essayez de comprendre les méthodes de travail de vos clients. Cherchez à pratiquer avant de chercher à gagner de l'argent. Croyez-moi, ça viendra. Mais pour le moment, vous devez monter en compétences.

« Cherchez à pratiquer avant de chercher à gagner de l'argent »

Lorsque j'ai démarré, j'ai cumulé des dizaines de petites missions pendant des mois. J'étais très mal payé. Parce que

mon objectif n'était pas encore de gagner de l'argent. Mais de parfaire mon apprentissage.

Si aujourd'hui, on dit de moi que je suis « **Le copywriter qui convertit le plus en francophonie** », et si on me classe parmi « **les meilleurs copywriters francophones** », c'est parce que je suis passé par cette étape fastidieuse au départ.

Pour reperdre une expression appréciée de ma grand-mère, je n'ai pas mis la charrue avant les bœufs. Et je vous recommande d'en faire de même.

L'autre intérêt de cette phase de montée en compétence, c'est que vous tomberez peut-être sur un entrepreneur en quête de nouveaux talents.

C'est précisément ce qui m'est arrivé. Deux fois. Je pense notamment à un client pour qui j'ai écrit ses premiers e-mails pour 20€ pièce...

3 ans plus tard, on travaillait toujours ensemble avec un contrat annuel à 78000€. Contre plus ou moins une journée de mon temps par semaine.

Alors je le répète : ne cherchez pas à aller trop vite. Ne soyez pas gourmand avant d'avoir fait vos preuves. Et croyez-moi, tout vient à point à qui sait attendre (encore une expression appréciée de ma grand-mère). Je vous le garantis.

Passons maintenant à la 4ème et dernière étape.

4. La paix d'esprit

Une fois que vous aurez acquis suffisamment d'expérience, vous allez pouvoir vous attaquer aux « gros clients ». Ceux qui payent bien. Ceux sur qui vous devez concentrer votre activité.

« Ne faites jamais de promesse que vous ne sauriez tenir »

La première règle, c'est que vous ne devez JAMAIS faire de promesse que vous ne saurez pas tenir. Ne vous présentez jamais devant un entrepreneur en lui expliquant que vous allez révolutionner son business et doubler son chiffre d'affaires... D'abord, parce que vous n'êtes pas face à un lapin de 6 semaines. Et s'il n'a jamais entendu parler de vous, il vous prendra probablement pour un vendeur de rêve...

Et quand bien même il accepterait de vous faire confiance: si vous ne remplissez pas vos promesses, vous allez perdre sa confiance, rompre une collaboration qui aurait pu durer, et surtout, vous aurez perdu toute crédibilité auprès de son réseau.

Ce dont vous avez besoin pour durer dans ce business, c'est de clients fidèles. Avec qui vous allez collaborer sur la durée. Peut-être pendant des années.

Plutôt que passer votre temps à courir après des missions ponctuelles, une page de vente par ci, une séquence e-mail par là, je vous recommande de concentrer vos efforts de prospection sur 3 ou 4 clients avec qui vous allez travailler sur la durée. En plus de la tranquillité d'esprit, vous vous épargnerez le labeur de prospection.

L'autre grand avantage des collaborations à long terme, c'est que vous allez travailler de plus en plus vite à mesure que vous maîtrisez un business.

Pour vous donner un exemple concret, il y a quelques jours, j'ai rédigé une séquence e-mail complète pour un client avec qui je travaille depuis 2 ans. Il y a 2 ans, c'est une tâche qui m'aurait pris environ une journée et demie. Aujourd'hui, ça me prend seulement 3 heures.

Parce que je connais parfaitement son business, le style d'écriture qui fonctionne avec ses clients, leurs problèmes, leurs sensibilités, les leviers à activer, etc. Qui plus est, cette séquence rédigée en seulement 3 heures a très bien vendu, puisqu'elle a généré plus de 45000€ de vente sur 3 jours.

Vous voyez l'importance d'une bonne stratégie ? Au risque de me répéter : c'est là toute la différence entre un copywriter qui prospère et un copywriter qui peine à s'établir.

Conclusion

Pour conclure, je vous dirais que le copywriting est un métier exceptionnel. C'est un métier qui a le pouvoir de transformer votre vie. Il peut vous offrir la liberté géographique et financière. Avec des revenus qui dépassent parfois tout ce qu'on pourrait imaginer en étant salarié.

Mais c'est aussi un métier exigeant, qui demande de l'investissement et de la rigueur. Sous peine de passer sa vie à courir après des petites missions ponctuelles. Plutôt que prospérer dans des collaborations à long terme.

Nous arrivons à la fin de ce guide. J'espère qu'il vous aura été utile.

Si vous souhaitez en savoir plus sur [CopyTraining™](https://adrienlestang.fr/copytraining/), notre programme de 12 semaines pour devenir copywriter professionnel, vous pouvez consulter la page de présentation à l'adresse suivante : <https://adrienlestang.fr/copytraining/>

Ou en cliquant sur le bouton ci-dessous :

DÉCOUVRIR COPYTRAINING™