

LEÇON 4

SEMAINE 2 – AUDIENCE, POSITIONNEMENT ET
MESSAGE

Créer un message simple et convaincant

Transformer votre audience, votre offre et votre bénéfice en un message clair, utile et facile à comprendre.

2. Objectif de la leçon

Dans cette leçon, vous allez apprendre à créer un message marketing simple et convaincant.

Un bon message aide votre audience à comprendre rapidement :

- Ce que vous proposez
- À qui cela s'adresse
- Quel problème vous aidez à résoudre
- Quel bénéfice la personne peut obtenir
- Quelle action faire ensuite

L'objectif est de construire un message clair, humain et résolument orienté vers l'audience.

L'ENJEU MAJEUR

Un message convaincant ne cherche pas à impressionner. Il cherche à être compris rapidement par la bonne personne.

3. Qu'est-ce qu'un message marketing ?

Un message marketing est une phrase ou un ensemble de phrases qui expliquent clairement votre valeur à votre audience.

Il est l'élément central qui va structurer vos différents canaux :

• Une page d'accueil / Landing page

• Une publication Facebook ou Instagram

- Une campagne publicitaire

- Une page de vente ou un email

- Une biographie de profil social media

- Un script de vidéo courte ou présentation

DÉFINITION SIMPLE

Un message marketing explique à la bonne personne pourquoi votre offre peut l'aider et ce qu'elle doit faire ensuite.

4. Message compliqué vs message clair

Comparons l'impact et l'accessibilité de deux styles de formulations marketing :

Exemple 1 : Présentation de services

MESSAGE COMPLIQUÉ

« Nous proposons une solution digitale innovante permettant d'optimiser votre stratégie de communication multicanale. »

Pourquoi c'est compliqué : Le message contient trop de jargon corporatif. Il ne dit pas clairement à qui il s'adresse ni quel résultat concret est obtenu.

MESSAGE CLAIR

« Apprenez à créer une présence digitale simple pour faire connaître votre projet et attirer vos premiers clients. »

Pourquoi c'est mieux : Le message est simple, concret et orienté vers un résultat immédiatement compréhensible.

Exemple 2 : Proposition de valeur pédagogique

MESSAGE FAIBLE

« Notre cours est très complet. »

Pourquoi c'est faible : Centré uniquement sur le produit sans évoquer l'état d'esprit ou le niveau de l'étudiant.

MESSAGE PLUS CONVAINCANT

« Apprenez les bases du marketing digital étape par étape, même si vous débutez. »

Pourquoi c'est mieux : Inclusif, rassurant et donne une trajectoire claire (étape par étape).

EXPLICATION

Un message clair parle le langage de l'audience. Il ne cherche pas à être compliqué ou artificiellement technique.

5. Les 5 éléments d'un message convaincant

Chaque message marketing performant doit assembler et équilibrer ces cinq piliers :

01. CIBLE

Audience

À qui parlez-vous ?

Débutants, freelances, étudiants, petits entrepreneurs.

02. OBSTACLE

Problème

Problème

Quel est le frein ?

Vous ne savez pas par où commencer en marketing.

03. PRODUIT

Produit

Solution

Que proposez-vous ?

Un cours simple, progressif et pratique.

04. VALEUR

Bénéfice

Quel résultat ?

Comprendre les bases et créer ses actions en ligne.

05. APPEL

Action

Que faire ensuite ?

Commencer le cours, s'inscrire au programme.

CONSEIL

Un bon message combine clarté, utilité et action. Il ne doit pas nécessairement tout expliquer, mais il doit donner immédiatement envie d'aller plus loin.

6. Exemple simple de contextualisation

Situation : Vous cherchez à promouvoir activement le cours *Digital Marketing Starter*.

Message trop centré sur le cours :

« Ce cours contient 5 semaines, 25 leçons, des vidéos et des PDFs. »

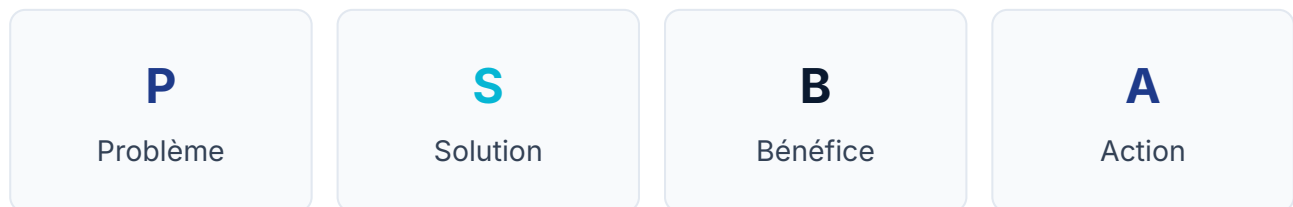
Message plus convaincant :

« Vous voulez comprendre le marketing digital sans vous perdre dans trop d'informations ? Digital Marketing Starter vous guide étape par étape pour créer vos premières actions en ligne. »

Pourquoi c'est mieux ? Cette seconde version s'ouvre sur le problème de l'audience, positionne la solution de manière fluide et se projette vers un bénéfice concret.

7. La formule simple P.S.B.A.

Une structure redoutable pour rédiger une accroche ou une section d'introduction :



Vous voulez [résoudre problème] ? Avec [solution], vous pouvez [bénéfice]. Commencez par [action].

Application : « Vous voulez comprendre le marketing digital sans vous disperser ? Avec Digital Marketing Starter, vous apprenez les bases étape par étape pour créer vos premières actions en ligne. Commencez par la semaine 1. »

8. Tableau de construction du message

ÉLÉMENT	QUESTION DE CADRAGE	EXEMPLE CONCRET
Problème	Que vit ou ressent votre audience ?	Je ne sais pas par où commencer
Solution	Que proposez-vous exactement ?	Un cours simple et progressif
Bénéfice	Quel résultat concret obtient-elle ?	Comprendre les bases et passer à l'action
Preuve	Qu'est-ce qui rassure l'étudiant ?	Programme clair, exercices guidés, PDFs

Action

Que doit-elle faire
immédiatement ?

Commencer le cours ou postuler

9. Les mots à utiliser (Lexique)

Un message simple et percutant adopte les mots naturels de l'audience, jamais ceux dictés par l'ego du créateur.

MOTS FORTEMENT RECOMMANDÉS

- simple / simplifié
- étape par étape / progressif
- sans jargon technique
- même si vous débutez
- comprendre / pratiquer
- gagner en clarté / agir
- éviter de se disperser

MOTS À ÉVITER (SI DÉBUTANT)

- × stratégie omnicanale complexe
- × optimisation avancée
- × framework propriétaire
- × performance globale intégrée
- × transformation digitale complète

IMPORTANT

Le bon mot n'est pas le plus impressionnant. C'est celui que votre audience comprend de manière instantanée.

10. Exemple de message global pour TuniSkill

Audience : Débutants, freelances, étudiants et petits entrepreneurs.

Problème ciblé : Ils veulent comprendre le marketing digital, mais se sentent perdus face au flux d'outils et d'informations.

Offre : Digital Marketing Starter.

Message principal : « Apprenez les bases du marketing digital étape par étape, même si vous débutez. »

Message détaillé : « Digital Marketing Starter vous aide à comprendre votre audience, choisir vos canaux, créer un message clair et construire un premier plan marketing simple. »

Call to Action (CTA) : [Commencer le cours](#)

11. Prompt prêt à copier – Créer un message marketing

Copiez ce prompt optimisé et injectez-le dans une intelligence artificielle pour générer instantanément vos variations de messages marketing.

PROMPT GÉNÉRATEUR DE MESSAGE

TUNISKILL COPYWRITING TOOL

Tu es un assistant en marketing digital pour débutants.

Aide-moi à créer un message marketing simple et convaincant pour mon projet.

Mon projet :

[Écris ici le nom du projet]

Mon offre :

[Explique ce que je propose]

Audience cible :

[Décris les personnes que je veux toucher]

Problème principal :

[Explique ce qui bloque cette audience]

Bénéfice principal :

[Explique le résultat que l'audience peut obtenir]

Action souhaitée :

[Commencer / s'inscrire / demander un devis / envoyer un message / acheter / autre]

Contraintes :

- Utilise un langage simple.
- Évite le jargon.
- Fais un message court.
- Propose 5 versions différentes.
- Propose une version très courte pour une bio.
- Propose une version pour une publication social media.
- Propose une version pour un bouton ou CTA.
- Explique pourquoi chaque version fonctionne.

Utilise la formule :

Vous voulez [résoudre problème] ? Avec [solution], vous pouvez [bénéfice]. Commencez par [action].

Rédige la réponse en français.

12. Exemple avec le prompt rempli (Simulation)

Voici l'éventail de réponses structurées obtenues pour le cours TuniSkill :

Version courte (Bio) :

« Apprenez le marketing digital étape par étape, même si vous débutez. »

Version social media :

« Vous voulez comprendre le marketing digital sans vous perdre dans trop d'informations ? Digital Marketing Starter vous guide étape par étape pour choisir vos canaux, clarifier votre message et créer vos premières actions en ligne. »

Version CTA : « Commencer le cours »

Version bénéfice : « Construisez une base solide en marketing digital et passez à l'action avec une méthode simple. »

Version rassurante : « Pas besoin d'être expert. Ce cours vous aide à comprendre les bases avec des exemples simples et des exercices pratiques. »

13. Exercice pratique : créer mon message

Déterminez et formalisez de façon manuscrite les composants de votre propre projet :

Mon projet :

Mon audience cible :

Le problème principal identifié :

Ma solution / Offre :

14. Mini-atelier : améliorer un message faible

Exercice d'optimisation en direct : analysez et reformulez le cas proposé ci-dessous.

Message faible initial : « Nous proposons des solutions digitales pour votre réussite. »

Pourquoi ce message initial est-il considéré comme faible ?

Audience cible :

Problème reconnu :

Bénéfice précis à mettre en avant :

Nouvelle version optimisée et convaincante :

Exemple type de correction :

Message faible : « Notre formation est complète. »

Message amélioré : « Apprenez les bases du marketing digital étape par étape pour créer vos premières actions en ligne, même si vous débutez. »

15. Erreurs à éviter

Utiliser trop de jargon ou de termes techniques.

Parler uniquement de soi ou du produit.

Oublier de nommer le problème de l'audience.

Ne pas formuler explicitement le bénéfice.

Écrire une phrase trop longue ou complexe.

Multiplier les idées au sein d'un seul slogan.

16. Checklist de fin de leçon

Vérifiez la conformité de votre message final avant de clore ce module :

- Mon message s'adresse à une audience clairement délimitée.
- Mon message valide et reconnaît un problème client réel.
- Mon message propose une solution immédiate et compréhensible.
- Mon message met en avant un bénéfice concret et mesurable.
- Mon message est exempt de tout jargon technique superflu.
- Mon message reste court et va droit à l'essentiel.
- Mon message intègre un appel à l'action (CTA) limpide.
- Mon message peut être mémorisé et compris en moins de 5 secondes.

17. Résumé rapide

Un message marketing d'excellence combine habilement : une audience, son problème, votre solution, son bénéfice et une action finale. Utilisez sans modération le framework **P.S.B.A.**

« Un message convaincant n'est pas celui qui dit le plus de choses. C'est celui qui aide la bonne personne à comprendre rapidement pourquoi elle devrait agir. »

TuniSkill

Semaine 2 — Leçon 4 validée

Félicitations !

Vous maîtrisez à présent l'art de concevoir un message d'accroche percutant, humain et hautement mémorable.

Prochain module : Dans la leçon suivante, vous allez construire pas à pas votre premier profil client détaillé (Persona) afin d'adapter précisément l'ensemble de votre communication.