



LA METHODE PAS A PAS POUR BIEN GAGNER SA VIE EN REDACTION WEB

LE-BLOG-DU-REDACTEUR.COM

Tout d'abord, merci d'avoir téléchargé ce guide. Vous m'avez fait confiance et vous ne le regretterez pas.

Qu'allez-vous apprendre ?

- Pourquoi créer un portfolio classique n'est pas suffisant (et ce que vous devez avoir à la place) ;
- Comment vous démarquer de la multitude de rédacteurs freelance du marché (même de ceux qui ont plus d'expérience) ;
- Comment faire pour que les clients viennent à vous (et non le contraire) ;
- À vivre de la rédaction web. Que dis-je... à BIEN vivre de la rédaction web et à ne plus accepter d'être payé comme si vous viviez dans un pays du tiers-monde.

Qui suis-je et pourquoi je suis sûre de ma méthode ?

- Juillet 2017 : je me lance en rédaction web ;
- Après avoir perdu mon temps à m'inscrire sur les plateformes de rédaction ou les sites type « 404works » sans véritable succès (aucune mission avant septembre 2017), j'ai décidé que j'étais assez douée pour trouver mes clients directs ;
- Fin septembre : j'établis la méthode marketing dont je vais vous parler dans ce guide ;
- Fin octobre 2017 : j'ai 2 clients directs ;
- Mi-février : j'ai 4 clients directs avec qui je travaille quotidiennement ;
- Fin août 2018, soit 1 an plus tard : je travaille avec 3 clients réguliers, sur une base de 30 heures/semaine environ

Pour en savoir un peu plus, lisez cet article : « [De de 0 à 3 000 €/mois : mon histoire de rédactrice web](#) »

Vous êtes au bon endroit si :

- vous aimeriez devenir rédacteur/trice web mais ne savez comment faire ;
- vous êtes déjà rédacteur/trice web mais vous ne dégagez pas assez d'argent pour en vivre.

Étape 1 : on entre dans le vif du sujet

Pourquoi si vite ?

Parce que c'est l'unique façon de vous démarquer très rapidement de la foule de rédacteurs web généralistes.

La première étape vers le succès est donc de trouver une niche rentable.

Retenez bien ceci : bien choisir le domaine dans lequel vous allez écrire est absolument critique pour le succès de votre entreprise.

Comment faire pour déterminer votre domaine d'expertise ?

Exercice :

Prenez une feuille de papier ou ouvrez un document sur votre ordinateur.

La première chose que je vous recommande de faire est de réfléchir à votre expérience professionnelle.

Quels métiers avez-vous exercés ? Quels postes avez-vous occupés ? Quels diplômes avez-vous ?

Couchez toutes vos idées. N'oubliez rien surtout, pas même les samedis baby-sitting quand vous étiez au lycée.

Ensuite, vous devez vous demander quelles sont vos passions et en lister 7 ou 8. Ça peut paraître beaucoup, mais faites-moi confiance, cet exercice vous permettra de faire un petit travail d'introspection toujours bien utile.

Enfin, réfléchissez à vos domaines d'expertise. Pour les trouver, demandez-vous : « sur quels thèmes mes proches me demandent-ils souvent conseils ? » (parentalité, une langue étrangère, la comptabilité, etc.).

Maintenant que vous avez toutes ces informations en tête, essayez de faire des combinaisons qui vous semblent intéressantes (et réalistes).

Prenez votre temps car cette étape est cruciale pour votre future carrière.

OK, vous avez trouvé les thématiques dans lesquelles vous seriez à l'aise. Mais comment savoir si elles sont *bankable* ?

C'est simple.

Allez sur Google et taper le nom de votre/vos niche(s) entre guillemets ?

Regardez combien de sites sont répertoriés et s'ils sont connus.

Taper maintenant « blog + nom de votre niche ».

Analysez les résultats de la même manière.

En principe, vous trouverez toujours des sites e-commerce, des blogs ou des associations dans votre domaine. Mais plus le site est populaire, plus il a de potentiel économique...

À noter : certaines niches sont plus rentables (et offrent plus de travail) que d'autres :

- l'immobilier ;
- la finance ;
- les assurances ;
- le droit ;
- la santé.

Une dernière chose...

Rien n'est irréversible. Vous pourrez toujours changer de niche quand bon vous semble si vous ne le sentez pas finalement.

Alors, avant de passer à l'étape 2, essayez de trouver au moins 3 niches dans lesquelles vous aimeriez vous spécialiser.

Étape 2 : les 2 meilleures façons de construire son portfolio

Je vais ici vous dévoiler les 2 meilleures façons de créer des exemples d'articles à montrer à vos prospects, ce que l'on appelle un portfolio.

Pas un portfolio classique que vous mettez des mois à construire sur les plateformes de rédaction (vous le comprendrez vite : je ne suis pas une grande fan de ces usines à rédacteurs web !)

Allez, go.

1. Créer son blog

Avoir un blog est, je pense, un *must* pour un rédacteur web.

Si la technique n'est pas trop votre truc et que vous vous demandez bien comment mettre en ligne ce genre de bestiole, sachez qu'il existe des tas de tutos sur YouTube qui expliquent comment installer un site Wordpress.

Alors, allez-y. Lancez-vous ! Vous ne le regretterez pas.

Évidemment, votre blog traitera de votre niche. Et vos articles devront être rédigés de façon à résoudre les problèmes de votre clientèle cible.

Toujours.

Pourquoi avoir un blog quand on est rédacteur web ?

- Pour montrer à vos prospects que vous gérez niveau écriture et maîtrisez le côté technique de la rédaction web (Wordpress, etc.) ;
- Pour vous positionner en expert de votre thématique ;
- Pour attirer les clients comme des mouches 🪰.

2. Écrire des articles invités

La meilleure façon de construire un portfolio solide est de rédiger bénévolement pour d'autres sites ou blogs.

Chacun y trouve son compte :

- l'hôte, qui profite d'un ou plusieurs articles à titre gratuit ;
- vous : entre vous qui avez rédigé des articles pour de grands noms et un autre rédacteur web anonyme, qui croyez-vous qu'un prospect choisira, *hmm* ?

Pour trouver ces sites :

- tapez sur Google « nom de votre niche + article invité » ;
- commentez de façon pertinente les articles des blogueurs pour lesquels vous voulez écrire. Une fois que vous avez réussi à créer une relation avec lui, proposez-lui de rédiger un article invité.

À l'étape 3, nous verrons comment vous faire connaître.

le-blog-du-redacteur.com

D'ici là, je compte sur vous pour créer votre blog et réfléchir à 2 ou 3 idées d'articles qui plairaient à votre clientèle cible.

Étape 3 : le système marketing qui m'a permis de dégager un salaire dès le 1^{er} mois

Ici, nous allons nous attaquer à quelque chose que la plupart des rédacteurs web redoutent : la prospection.

Quand j'ai commencé en rédaction web, j'ai passé environ 1 mois et demi à m'inscrire sur des plateformes de rédaction : Scribeur, Textmaster, Textbroker, Greatcontent.

Il y en a que je recommande, d'autres qui sont à fuir (1 centime/mot ? *What* ?).

Bref, je savais que je ne pouvais pas vivre de ce métier en restant tributaire de leur bon vouloir.

J'ai donc mis en place un système qui a fonctionné et m'a permis de dégager un salaire dès le mois suivant.

1. Surfer sur internet

Vos prospects sont là, à portée de clics.

Naviguez sur internet, cherchez des sites/blogs qui traitent de votre (ou vos) thématiques et vérifiez 2 ou 3 petites choses :

- y a-t-il une partie blog ? Si oui, de quand datent les derniers articles ?
- le site a-t-il l'air fiable (checkez les fautes d'orthographe, c'est imparable !)
- faites un tour du côté des réseaux sociaux (YouTube, Facebook, LinkedIn, s'il n'y en pas, c'est plutôt mauvais signe). Le prospect est-il actif ? A-t-il une grosse audience ? À quand remontent les derniers posts ?

Si tout vous semble OK, contactez le site et proposez vos services de rédaction, en prenant bien soin de laisser des liens vers votre blog et/ou vos articles invités.

Faites ça tous les jours pendant 1 mois.

OK, ce n'est pas la partie la plus fun du job de rédacteur web. Mais faire de la prospection à froid présente des avantages :

- vous restez éloigné des plateformes de rédaction ;
- vous êtes libre de travailler avec qui vous voulez ;
- vous avez le choix de travailler avec des clients qui paient bien.

(Psst... On reparlera plus en détail de la bonne manière de prospecter à la fin de ce guide).

2. Créer un compte LinkedIn

Quand on est freelance, LinkedIn est "*the place to be*".

S'il y avait un seul réseau social à choisir, ce serait celui-là. J'y ai moi-même trouvé l'un de mes plus gros clients.

Soignez bien votre présentation et donnez le plus de détails possibles sur votre parcours, vos passions, etc. (ceci afin de prouver votre expertise sur un sujet).

Votre compte est l'image de votre entreprise. Soyez pro (oui, on oublie la jolie photo de profil avec son chien tout mignon !).

Intégrez des groupes de webmarketing, copywriting et de rédaction web. Faites-vous remarquer en postant des articles utiles à votre communauté et en commentant les posts des autres membres.

(Astuce de pro : soyez le premier à commenter un post, question de visibilité ☺).

Plus vous serez présent socialement, plus on se rappellera de vous. Et surtout de votre expertise.

Il existe deux façons de trouver des groupes :

- soit en recherchant par nom ou mot-clé ;
- soit en parcourant ceux que LinkedIn vous recommande.

Acceptez également toutes les invitations (qui sait, ce pourrait être un futur client).

Autre moyen de prospecter sur LinkedIn : y aller franco.

Taper votre thématique dans la barre de recherches, sélectionnez les contacts qui vous intéressent et envoyez un message cordial dans lequel vous proposez vos services et quelques liens vers vos meilleurs articles.

Je vous assure, ça marche !

Vous savez ce qu'il vous reste à faire pour passer à l'étape suivante (vous avez du boulot !).

Étape 4 : les p'tits trucs qui amènent au succès

Vous ne trouvez toujours pas de clients ? Et si tout était de votre faute, finalement ?

Je m'explique.

Quand j'ai commencé ma carrière de rédactrice web, j'ai fait ce que font 99,9% des débutants : je me suis inscrite sur toutes les plateformes de rédaction et j'ai attendu bien sagement.

Au bout d'un mois, je n'avais toujours pas décroché une seule mission.

Et puis un jour, j'ai changé de *mindset*.

J'ai décidé que j'allais gagner ma vie grâce à la rédaction web.

Je me suis fixé des objectifs : « Dans 1 an, rédiger sur le web me rapportera 1000 €/mois. »

Quand j'y repense, je me dis que ce n'était pas très ambitieux. Mais c'est dont j'avais besoin à l'époque.

J'ai donc mis en place la stratégie que je vous explique dans cet ebook.

Mais plus que ça, j'ai changé d'état d'esprit.

Et si vous faisiez de même ?

Comment ?

1.En continuant à écrire

C'est en forgeant qu'on devient forgeron. Si vous n'avez toujours pas créé votre blog, c'est le moment !

2.En acceptant les refus

Ce n'est pas parce qu'un prospect ne répond pas favorablement à votre offre que votre style n'est pas bon, ou que vous ne trouverez jamais de clients.

Ne dramatisez pas et allez de l'avant.

3.En expliquant à vos prospects combien vous leur êtes utile

Quand vous envoyez un email à un prospect pour lui proposer vos services, ne lui expliquez pas ce que vous offrez, mais en quoi vous pouvez l'aider.

Cela fait toute la différence.

Parlez des bénéfices, seulement les bénéfices.

Exemple : ne dites pas « Je maîtrise le copywriting » mais « Le taux de conversion de vos pages de vente va exploser. » Vous saisissez la différence ?

Mais je n'irai pas plus loin, car la prochaine étape vous apprendra justement à bien vous vendre.

le-blog-du-redacteur.com

Votre action d'ici-là : vous auto-félicitez des compétences que vous avez acquises et croire en vous 😊

Étape 5 : trouver des clients en rédaction web

Ici, on revient sur la prospection. Parce qu'en tant que freelance, c'est très clairement la façon dont vous approchez le client dont dépendra votre succès (et votre chiffre d'affaires).

Les bonnes habitudes à prendre en matière de prospection :

- prospectez les bons clients : les thématiques où vous vous sentez à l'aise, selon vos passions, vos expériences professionnelles (revoir le cours 1) ;
- prospectez souvent : fixez-vous 10 emails à froid par semaine, grand minimum. Un peu tous les jours ;
- envoyez vos mails le matin, ça fait plus sérieux !
- faites des recherches sur l'entreprise/le site/le blog : jetez un œil aux mentions légales, tapez le nom de l'entreprise sur Google pour vérifier qu'elle existe bien, le nom des gérants/du blogueur, etc. ;
- personnalisez votre pitch en incluant le nom de l'entreprise/de la personne dans votre message. Cela prouvera que vous avez bossé un minimum et donnera à votre prospect l'impression qu'il est unique.

C'est le moment de passer à l'action

Chaque email/message de prospection doit suivre la même structure tout en étant unique :

- un objet personnalisé (2 possibilités : formel et classique ou original pour accrocher l'œil et inciter au clic) ;
- une présentation rapide (nom, prénom, expertise, comment vous avez connu l'entreprise/le blog) ;
- expliquez en quoi vous pouvez aider (améliorer le référencement pour booster le trafic, rédiger des articles de super qualité qui ferait de votre client un expert sur le sujet, solutionner les différentes failles du site [listez les failles], permettre de publier plus d'articles, gain de temps, etc.) ;
- insérez des liens vers vos meilleurs articles ;
- mettez vos compétences en valeur (intégration sur CMS, optimisation d'articles, sous-titres YouTube, etc.) ;
- une conclusion sympa où vous rappelez votre motivation à travailler avec ce client en particulier.

Gardez toujours ceci en tête quand vous rédigez votre message : comment marquer l'esprit de mon prospect et me démarquer ?

Et si vous n'avez toujours pas eu de retour 1 semaine après, n'hésitez pas à revenir vers votre prospect en lui envoyant un petit rappel du genre :

« Bonjour X,

La semaine dernière, je vous ai envoyé un mail vous invitant à faire appel à mes services de rédaction web. Je reviens vers vous pour savoir si ça vous dirait qu'on en parle de vive voix.

Vous pouvez me contacter au

Signature. »

Votre dernière action consistera donc à rédiger quelques modèles d'emails (1 par type de client : entreprise, blogueur, association, site e-commerce, etc.).

Étape 6 : le début d'une nouvelle vie...

Faisons le point.

Qu'avez-vous appris ?

- à identifier vos thématiques ainsi que leur potentiel économique ;
- à vous démarquer de la masse des rédacteurs web, même si vous êtes novice ;
- à créer un portfolio solide dès le tout début de votre carrière, sans même passer par les plateformes de rédaction ;
- à développer votre présence en ligne pour construire votre expertise et accroître votre visibilité ;
- à faire en sorte que les clients vers vous, en utilisant différentes stratégies : un blog, des articles invités, LinkedIn ;
- à adopter le bon état d'esprit pour réussir ;
- à assurer en cold emailing grâce à une structure de mail à envoyer à tous vos prospects.

Nous sommes à la fin de ce guide. Mais pour vous, ce n'est que le début.

Suivez bien mes conseils. Créez un blog, rédigez des articles de grande qualité, faites-vous connaître et vous deviendrez un rédacteur/trice web à succès.

Alors, êtes-vous prêt à passer à l'action et changer de vie ?

Chaleureusement,

Jennifer.