GUIDE GRATUIT · MARKETING · 2025

30 PROMPTS MARKETING

Cliquez pour copier. Remplacez les **[VARIABLES]** par votre contexte — et envoyez.

TOUS (30) ✍️ TEXTES 📱 RÉSEAUX 📧 EMAIL 🎯 PUBLICITÉ 🧠 STRATÉGIE

✍️ TEXTES QUI VENDENT COPYWRITING

Ces prompts vous aident à écrire des textes qui **convainquent et donnent envie d'agir**. Parfaits pour vos pages, fiches produit et descriptions.

PROMPT 01

PAGE DE VENTE

ÉCRIRE UNE PAGE QUI VEND

Écris un texte de vente pour **[MON PRODUIT/SERVICE]**.

Il s'adresse à **[MON CLIENT IDÉAL]** et doit suivre cet ordre :
1. Une phrase d'accroche qui surprend
2. Le problème que ce produit résout
3. Pourquoi ce problème est vraiment pénible
4. Comment ce produit le résout
5. Des preuves ou témoignages
6. L'offre claire avec son prix
7. Un bouton d'action **convaincant**

Ton : **[EX : DIRECT / CHALEUREUX / PROFESSIONNEL]**. Longueur : 500 mots.

En listant chaque étape, l'IA ne peut pas **sauter** les parties importantes. Plus vous précisez le ton, plus le résultat est utilisable directement.

PROMPT 02

HISTOIRE DE MARQUE

RACONTER VOTRE HISTOIRE

Écris l'histoire de **[MA MARQUE]** de façon sincère et humaine.

Structure :
— **Avant :** quel problème j'avais moi-même
— **Le déclic :** pourquoi j'ai créé cette solution
— **Après :** ce que ça change pour mes clients

Public : **[MON CLIENT IDÉAL]**. Maximum **200 mots**.
Terminer par une phrase qu'on retient.

Une histoire **sincère** crée une connexion que la publicité classique ne peut pas créer. La structure avant/après est simple et universellement efficace.

PROMPT 03

ACCROCHES

TROUVER LA BONNE ACCROCHE

> Génère **10 accroches** différentes pour **[MON PRODUIT/SERVICE]**.
>
> Chaque accroche doit tenir en **1 phrase** et cibler **[MON CLIENT IDÉAL]**.
>
> Varie les approches :
> — Une question directe
> — Un chiffre surprenant
> — Une promesse claire
> — Une affirmation qui dérange
> — Un bénéfice immédiat

Avoir **10 options** vous permet de tester et choisir celle qui parle le mieux à votre audience. Ne gardez pas la première venue.

PROMPT 04

OBJECTIONS

RÉPONDRE AUX DOUTES DES CLIENTS

> Liste les **5 raisons principales** pour lesquelles **[MON CLIENT IDÉAL]** pourrait hésiter à acheter **[MON PRODUIT]**.
>
> Pour chaque raison, écris une réponse **courte et rassurante** (2-3 phrases max).
>
> Ton : honnête et direct, pas défensif.

Les gens n'achètent pas quand ils ont un doute. **Anticiper ces doutes** dans vos textes les dissout avant même qu'ils apparaissent.

PROMPT 05

AVIS CLIENT

RÉÉCRIRE UN AVIS BRUT

> Voici ce qu'un client m'a dit : **"[COPIER-COLLER L'AVIS]"**
>
> Réécris-le en témoignage **clair et convaincant** :
> — Sa situation avant
> — Le problème qu'il avait
> — Le résultat obtenu
> — Sa recommandation
>
> Maximum **80 mots**. Garde son ton et son authenticité.

Un avis brut est souvent flou. Un témoignage **bien structuré** raconte une histoire — et les histoires convainquent bien mieux que les arguments.

PROMPT 06

AMÉLIORER UN TEXTE

RENDRE UN TEXTE PLUS PERCUTANT

> Voici mon texte actuel : **"[COLLER VOTRE TEXTE]"**

Analyse-le et dis-moi :
— Est-ce que la promesse est claire ?
— Est-ce que l'accroche donne envie de lire ?
— Est-ce que le client idéal se reconnaît ?
— Est-ce que le bouton d'action est convaincant ?

Puis réécris une version **améliorée** en expliquant chaque changement.

L'analyse avant la réécriture force l'IA à **comprendre** votre texte plutôt que de le reformuler au hasard. Les explications vous apprennent quelque chose.

📱 **RÉSEAUX SOCIAUX**

CONTENUS QUI ENGAGENT

Des prompts pour créer du contenu régulier sur **Instagram, LinkedIn et TikTok** — sans passer des heures à chercher des idées.

PROMPT 07

PLAN DE CONTENU

30 JOURS D'IDÉES DE POSTS

Crée un **plan de contenu Instagram pour 30 jours** pour une marque dans **[MON SECTEUR]**.

Public cible : **[MON CLIENT IDÉAL]**

Répartition souhaitée :
— 40% posts qui éduquent
— 30% posts qui inspirent
— 20% posts qui montrent mes produits
— 10% posts qui créent de la communauté

Pour chaque post : **idée + accroche + format** (photo / vidéo / carrousel).

Avoir **30 jours planifiés** à l'avance élimine le stress de la page blanche quotidienne. La répartition évite de trop parler de vos produits.

PROMPT 08

CARROUSEL

CRÉER UN CARROUSEL EN 7 SLIDES

Écris le contenu d'un carrousel Instagram de **7 slides** sur le sujet : **[VOTRE SUJET]**

Public : **[MON CLIENT IDÉAL]**

— Slide 1 : une accroche qui donne envie de swiper
— Slides 2 à 6 : **1 idée par slide** (titre court + 2 lignes max)
— Slide 7 : une question pour générer des commentaires + un appel à l'action

Ton : **[EX : PÉDAGOGIQUE / INSPIRANT / DIRECT]**

Le carrousel est le format avec le **meilleur taux de sauvegarde** sur Instagram. 7 slides = équilibre parfait entre valeur et lisibilité.

PROMPT 09

LINKEDIN

UN POST LINKEDIN QUI GÉNÈRE DES RÉACTIONS

Écris un post LinkedIn sur **[CE QUE VOUS VOULEZ PARTAGER]**.

Structure :
— **1re ligne** : une phrase qui arrête le scroll (évitez "Je suis ravi de...")
— **Corps** : une histoire courte ou 3 enseignements numérotés
— **Fin** : une question ouverte pour inviter les commentaires

Maximum **1200 caractères**. Phrases courtes. Espaces entre les paragraphes.

Les posts avec une **vraie histoire** ou des enseignements concrets génèrent 5 fois plus de commentaires que les posts purement informatifs.

PROMPT 10

VIDÉO COURTE

SCRIPT POUR UN REEL OU TIKTOK

Écris un script pour une vidéo de **30 à 60 secondes** sur : **[VOTRE SUJET]**

Structure :
— **0 à 3s :** une phrase d'accroche qui donne envie de rester
— **4 à 50s :** 3 points rapides à retenir
— **Fin :** un appel à l'action simple

Indique aussi : les **textes à afficher à l'écran** et le ton de la voix (**[EX : ÉNERGIQUE / CALME / DRÔLE]**).

Les **3 premières secondes** décident si la personne reste ou part. Un script structuré évite les blancs et les "euh" qui font décrocher.

PROMPT 11

BIO PROFIL

UNE BIO QUI DONNE ENVIE DE SUIVRE

Écris **5 versions de bio Instagram** pour **[MA MARQUE / MON NOM]** dans le domaine **[MON SECTEUR]**.

Chaque bio doit répondre à :
— Qui je suis
— Ce que je fais concrètement
— Pour qui
— Pourquoi me suivre
— Un lien vers **[MON LIEN]**

Maximum **150 caractères** chacune.

La bio est la **première impression**. Un appel à l'action clair augmente les clics vers votre lien de 40%.

PROMPT 12

LÉGENDE DE POST

3 VERSIONS DE TEXTE POUR UN MÊME POST

Écris **3 légendes différentes** pour un post Instagram sur : **[VOTRE SUJET / VISUEL]**

— **Version courte :** percutante, 3 lignes max
— **Version story :** une mini-histoire de 150 mots
— **Version éducative :** une liste de conseils pratiques

Chaque version se termine par une **question** pour inciter aux commentaires.

Avoir **3 formats** vous permet de tester ce qui résonne le mieux avec votre audience spécifique — et d'apprendre vite.

📧 EMAIL MARKETING

SÉQUENCES QUI CONVERTISSENT

L'email reste le canal avec le **meilleur retour sur investissement**. Ces prompts vous aident à construire des séquences qui vendent sans agresser.

PROMPT 13

OBJET D'EMAIL

10 TITRES D'EMAIL IRRÉSISTIBLES

Génère **10 titres d'email** pour promouvoir **[MON OFFRE/CONTENU]** auprès de **[MON AUDIENCE]**.

Inclure dans le lot :
— 2 avec un chiffre concret
— 2 sous forme de question
— 2 qui créent de la curiosité
— 2 qui créent de l'urgence
— 2 qui semblent personnels

Maximum **50 caractères** par titre.

Le titre de l'email détermine **47% des ouvertures**. Tester plusieurs versions vous dit rapidement ce qui fonctionne avec votre liste.

PROMPT 14

BIENVENUE

SÉRIE DE 5 EMAILS DE BIENVENUE

Crée une série de **5 emails de bienvenue** pour un nouvel abonné à **[MA MARQUE / NEWSLETTER]**.

— **Email 1 (Jour 0) :** accueil chaleureux + cadeau promis
— **Email 2 (Jour 2) :** mon histoire et pourquoi j'ai créé ça
— **Email 3 (Jour 4) :** un conseil concret et utile
— **Email 4 (Jour 6) :** témoignage d'un client satisfait
— **Email 5 (Jour 8) :** présentation de mon offre principale

Pour chaque email : titre + corps de 200 mots + bouton d'action.

Les **8 premiers jours** après l'inscription sont les plus importants. Un nouvel abonné ne vous connaît pas encore — cette séquence crée la confiance.

PROMPT 15

PANIER ABANDONNÉ

RAPPEL POUR UN ACHAT NON FINALISÉ

Écris un email de relance pour quelqu'un qui a **failli acheter** **[MON PRODUIT]** mais ne l'a pas fait.

— Titre : intrigant, pas "Vous avez oublié votre panier"
— Début : empathique, pas culpabilisant
— Corps : rappeler le **bénéfice principal**, répondre au doute probable **[EX : LE PRIX / LA CONFIANCE]**

— Fin : un bouton d'action avec une date limite claire

Maximum **150 mots**. Ton humain et chaleureux.

Ces emails récupèrent en moyenne **15% des ventes perdues**. Un ton chaleureux plutôt qu'insistant double les chances de conversion.

PROMPT 16

NEWSLETTER

TEMPLATE DE NEWSLETTER HEBDOMADAIRE

Crée un **modèle de newsletter** hebdomadaire pour **[MA MARQUE]** dans **[MON SECTEUR]**.

4 sections courtes :
— **L'actu :** 1 info du secteur + mon avis en 3 lignes
— **Le conseil :** 1 astuce concrète que mes lecteurs peuvent appliquer aujourd'hui
— **La ressource :** 1 lien utile avec pourquoi je le recommande
— **La question :** 1 question à la communauté

Ton : **[EX : AMI EXPERT / MENTOR / SINCERE]**

Une newsletter **courte et structurée** se lit 2 fois plus qu'une longue. La régularité construit la confiance — bien plus qu'une newsletter parfaite tous les 3 mois.

PROMPT 17

LANCEMENT

4 EMAILS POUR LANCER UN PRODUIT

Écris une série de **4 emails** pour lancer **[MON PRODUIT]** auprès de **[MON AUDIENCE]**.

— **J-7 :** un teaser mystérieux — ne révélez rien encore
— **J-3 :** la révélation + une offre spéciale pour les premiers
— **J-1 :** urgence + témoignages + rappel de l'offre
— **Jour J :** c'est parti + un bonus limité dans le temps

Pour chaque email : titre + texte de 150 mots + bouton d'action.

La **montée en tension** sur 7 jours crée de l'anticipation. Les offres réservées aux premiers filtrent les acheteurs les plus motivés.

PROMPT 18

RÉACTIVATION

RECONTACTER DES ABONNÉS SILENCIEUX

Écris un email pour **recontacter des abonnés** qui n'ont plus ouvert mes emails depuis **[X MOIS]**.

Ton : **direct et honnête** — reconnaître qu'on s'est perdus de vue.

Structure :
— Accroche : "On s'est un peu perdus de vue..."
— Corps : une valeur immédiate (conseil, ressource)
— Question sincère : est-ce que mes emails vous sont encore utiles ?
— Bouton double : **Rester abonné** ou **Se désabonner proprement**

Offrir le choix de **se désabonner** génère paradoxalement plus de réengagement qu'un email promotionnel. L'honnêteté désarme.

🎯 **PUBLICITÉ**

ANNONCES QUI FONT CLIQUER

Ces prompts vous aident à écrire des **annonces payantes** qui captent l'attention et convertissent — sans budget à gaspiller.

PROMPT 19

PUBLICITÉ META

5 VERSIONS D'ANNONCE FACEBOOK / INSTAGRAM

Écris **5 annonces publicitaires** pour **[MON PRODUIT/SERVICE]** destinées à **[MON AUDIENCE]**.

Pour chaque annonce :
— **Texte principal :** 125 caractères max
— **Titre :** 40 caractères max
— **Description :** 25 caractères max

Varie l'angle d'approche : **bénéfice / douleur / curiosité / preuve / urgence**.
Objectif : **[EX : CLICS VERS MON SITE / VENTES DIRECTES]**

Tester **5 angles différents** vous dit en 48h lequel résonne le mieux — et vous évite de dépenser votre budget sur une seule idée non testée.

PROMPT 20

GOOGLE ADS

ANNONCES POUR GOOGLE SEARCH

Crée **3 annonces Google** pour **[MON PRODUIT]** sur le mot-clé : **[LE MOT-CLÉ CIBLÉ]**

Pour chaque annonce :
— **3 titres** de 30 caractères maximum
— **2 descriptions** de 90 caractères maximum

Le mot-clé doit apparaître dans **au moins 1 titre**.
Mets en avant : **[MON AVANTAGE PRINCIPAL]** et **[MON 2e AVANTAGE]**.

Avoir **3 annonces** permet à Google de tester et d'afficher automatiquement la meilleure selon ce que chaque personne recherche.

PROMPT 21

VIDÉO PUB NATURELLE

SCRIPT POUR UNE PUB QUI NE RESSEMBLE PAS À UNE PUB

Écris un script de **45 secondes** pour une publicité vidéo qui ressemble à un témoignage naturel pour **[MON PRODUIT]**.

— **0 à 5s :** le problème que j'avais (parlé à la 1re personne)
— **5 à 15s :** comment j'ai découvert ce produit, naturellement
— **15 à 35s :** ce que ça change concrètement, avec des détails vrais
— **35 à 45s :** résultat + où trouver le produit

Ton : **spontané, comme si on parlait à un ami**. Pas de phrases publicitaires.

Les pubs qui ressemblent à de vrais témoignages coûtent **2 fois moins cher par clic** — parce qu'elles passent le "filtre publicité" du cerveau.

PROMPT 22

RELANCE PUB

ANNONCE POUR CEUX QUI VOUS ONT DÉJÀ VISITÉ

Écris une annonce pour des personnes qui **ont visité** **[MA PAGE PRODUIT]** mais n'ont pas acheté.

— Rappeler le **bénéfice principal** en 1 phrase
— Répondre au doute probable : **[EX : LE PRIX / LA CONFIANCE / LE TIMING]**
— Proposer une garantie ou une offre spéciale
— Créer une légère urgence sans être agressif

Format : **3 lignes max** + titre accrocheur.

Ces annonces ciblées convertissent **70% mieux** que les publicités classiques — parce qu'elles parlent à des gens déjà intéressés.

PROMPT 23

PUB YOUTUBE

SCRIPT POUR UNE PUB YOUTUBE DE 30 SECONDES

Écris un script de pub YouTube de **30 secondes** pour **[MA MARQUE]**.

Les **5 premières secondes** sont cruciales : elles doivent être assez intrigantes pour que les gens ne skippent pas.

Structure :
— **0 à 5s :** une accroche surprenante — pas de logo, pas de nom de marque
— **5 à 25s :** le bénéfice principal, montré plutôt que raconté
— **25 à 30s :** site web + appel à l'action simple

Indique aussi les **indications visuelles clés**.

76% des gens skippent dès que possible. Les 5 premières secondes ne doivent surtout pas ressembler à une pub classique.

PROMPT 24

PAGE D'ATTERRISSAGE

L'EN-TÊTE DE VOTRE PAGE DE DESTINATION

Écris l'en-tête d'une page de destination pour **[MON OFFRE]** destinée à **[MON CLIENT IDÉAL]**.

Éléments à inclure :
— **Titre principal :** le bénéfice en 8 mots maximum
— **Sous-titre :** pour qui + le problème résolu (20 mots max)
— **3 points clés :** format "Vous [verbe] + [résultat concret]"
— **Bouton d'action :** 4 mots maximum
— **Ligne de réassurance** sous le bouton (garantie, livraison, etc.)

L'en-tête décide si le visiteur reste ou repart. Chaque mot doit répondre à une seule question : **"Qu'est-ce que j'y gagne ?"**

🧠 STRATÉGIE

PENSER AVANT D'ÉCRIRE

Avant de créer du contenu, il faut **comprendre à qui on parle** et comment se démarquer. Ces prompts posent les bonnes fondations.

PROMPT 25

PORTRAIT CLIENT

DÉCRIRE PRÉCISÉMENT VOTRE CLIENT IDÉAL

> Crée un **portrait détaillé** du client idéal pour **[MON PRODUIT/SERVICE]**.
>
> Décris :
> — Son quotidien et ses préoccupations principales
> — Ce qui le frustre, ce qu'il aimerait changer
> — Ce qu'il rêve d'accomplir
> — Ses doutes avant d'acheter ce type de produit
> — Les mots et expressions qu'il utilise pour décrire son problème
> — **La phrase qu'il se dit le soir avant de dormir**

Connaître les **mots exacts** que votre client utilise, c'est la clé d'un marketing qui résonne. Vous ne "vendez" plus — vous **traduisez** ce qu'il ressent déjà.

PROMPT 26

ANALYSE CONCURRENTS

TROUVER CE QUE VOS CONCURRENTS NE FONT PAS

> Analyse le discours marketing de ces concurrents : **[CONCURRENT 1]**, **[CONCURRENT 2]**, **[CONCURRENT 3]**.
>
> Pour chacun, identifie :
> — Leur **promesse principale**
> — L'émotion qu'ils activent
> — Les **mots qu'ils répètent** souvent
> — Ce qu'ils ne disent jamais
>
> Termine par **3 angles différents** que **[MA MARQUE]** pourrait utiliser pour se démarquer.

Se différencier, c'est d'abord **écouter ce que tout le monde dit** — pour trouver ce que personne ne dit encore. C'est là que réside votre espace.

PROMPT 27

TON DE MARQUE

DÉFINIR COMMENT VOUS PARLEZ

> Définis le **ton de communication** de **[MA MARQUE]**.
>
> Crée un guide en 4 parties :
> — **3 adjectifs** qui décrivent comment on écrit
> — **Ce qu'on dit** vs **ce qu'on ne dit jamais**
> — Un exemple concret : la même information écrite **"dans notre ton"** vs **"pas dans notre ton"**
> — Le niveau de **formalité** selon le canal (Instagram / email / site) sur une échelle de 1 à 10

Un ton cohérent sur tous vos canaux rend votre marque **reconnaissable**. L'exemple "dans notre ton / pas dans notre ton" est le meilleur outil pour aligner une équipe.

PROMPT 28

PILIERS DE CONTENU

LES 5 SUJETS SUR LESQUELS VOUS CRÉEZ DU CONTENU

> Définis **5 piliers de contenu** pour **[MA MARQUE / MON COMPTE]** ciblant **[MON AUDIENCE]**.
>
> Pour chaque pilier :

— Un nom clair
— Son objectif (informer / inspirer / vendre / fidéliser / divertir)
— **5 idées de posts concrets**
— Le meilleur format (photo / carrousel / vidéo / texte)
— La fréquence idéale

Assure-toi de couvrir toutes les étapes : **attirer / convaincre / convertir**.

Des piliers définis en amont **suppriment la page blanche** quotidienne et garantissent un mix de contenu équilibré sur le long terme.

PROMPT 29 **SE DIFFÉRENCIER**

TROUVER VOTRE ANGLE UNIQUE

Je vends **[MON PRODUIT/SERVICE]** à **[MON CLIENT IDÉAL]**.

Dans mon secteur, tout le monde met en avant : **[L'ARGUMENT LE PLUS UTILISÉ]**.

Propose **7 angles complètement différents** que je pourrais utiliser à la place.

Pour chaque angle :
— Une accroche courte
— L'argument principal
— Quel type de preuve utiliser
— Un risque potentiel à éviter

Quand tout le monde dit la même chose, **celui qui dit autre chose** attire l'attention. L'angle différent est souvent le meilleur levier de croissance.

PROMPT 30 **AUDIT**

ANALYSER ET AMÉLIORER UN TEXTE EXISTANT

Voici un texte marketing que j'utilise actuellement :
"[COLLEZ VOTRE TEXTE ICI]"

Évalue-le sur :
— La **clarté de la promesse** (note sur 10)
— La **force de l'accroche** (note sur 10)
— L'adéquation avec **mon client idéal** (note sur 10)
— La présence d'**éléments émotionnels**
— L'efficacité du **bouton d'action**

Puis réécris une version améliorée en **expliquant chaque changement**.

L'analyse avant la réécriture transforme un "c'est pas terrible" en **diagnostic précis**. Les explications vous apprennent à écrire mieux vous-même.

UN PROJET MARKETING EN TÊTE ?

Ces prompts sont un point de départ. Pour une stratégie sur-mesure ou un accompagnement — contactez-moi.

ME CONTACTER

Contact : Paul.Bathellier.pro@outlook.fr