

# Écrire des titres accrocheurs : Méthode + 101 exemples de titres qui attirent les clics

**Rédiger un titre accrocheur.** Voici le secret pour générer du trafic, rendre votre contenu attractif au premier coup d'oeil et attirer plus de visiteurs. Sans ça, vous risquez de vous égosiller dans le désert !

Parce que vos titres d'articles, interpellent le visiteur et font grimper votre taux de clics.

Imaginez...

Vous écrivez le **meilleur contenu** du monde. C'est un contenu de qualité, bien meilleur que ceux de vos concurrents sur le sujet.

Mais vous écrivez votre titre à la va-vite et à l'instinct.

Voilà ce qui va se passer...

Google va reconnaître le potentiel de votre contenu. Il va afficher le meta titre et la meta description dans les **résultats de recherche** en réponse aux requêtes de vos clients.

Une fois, deux fois, trois fois... Personne ne clique parce que les titres accrocheurs de vos concurrents sont meilleurs.

## Résultat ?

Votre contenu n'aura jamais la visibilité qu'il mérite !

C'est dur ! Tout ce travail gâché pour seulement quelques mots.

C'est malheureux, mais la meilleure compétence pour créer du contenu, ce n'est pas savoir écrire des articles de qualité, des newsletters à haute valeur ajoutée ou créer des vidéos au montage dynamique... Non ! C'est avant tout savoir écrire des titres qui font cliquer.

Dans cet article, vous allez découvrir **comment rédiger un titre accrocheur** pour donner un coup de fouet à tous vos contenus. Je vous ai réservé une montagne d'exemples à la clef !

Prêt à devenir irrésistible et écrire le titre parfait pour faire exploser votre notoriété ? C'est parti !

## Table des matières

1. **Les 4 éléments d'un titre qui affole les compteurs**
  - **Un avantage à consulter le contenu**
  - **Un soupçon d'intrigue mais pas trop**

- De la clarté et de la spécificité
  - Des mots qui ne laissent pas de marbre
2. 14 modèles de titres accrocheurs + 101 exemples
- L'annonce choc
  - La statistique
  - Titre direct
  - Titre indirect
  - Comment obtenir X sans Y
  - Les titres pédagogiques
  - Les questions et devinettes
  - Le justificatif
  - L'actualité
  - Les citations inspirantes
  - Le titre « preuve sociale »
  - L'anecdote
  - L'ordre
  - Les listes
3. F.A.Q : Questions fréquentes sur la rédaction de titres

## 4 éléments pour rédiger un titre qui affole les compteurs de clics

**Pour rédiger un bon titre**, il vous faut la recette. Celle-ci, vous ne la trouverez pas sur Marmiton.com, elle est gardée secrète ! C'est certainement le plus grand secret des chefs étoilés de la stratégie marketing.

Secret n°1 : un **titre devient irrésistible** quand il contient ces quatre ingrédients.

Temps de préparation : au moins un quart du temps consacré à la production de votre contenu.

*Attention, les mamies de Typiak risquent de vous traiter de pirate !*

## **Ingrédient 1 : Rédigez un titre qui montre un avantage à consulter le contenu.**

La première question que se pose la personne qui voit votre titre, c'est : « Qu'est-ce que j'y gagne ? ».

Tout est dit. Personne ne vous doit rien.

Si vous voulez qu'un visiteur vous accorde de son temps, vous devez lui montrer l'**avantage** qu'il aura à vous écouter. C'est une question de stratégie :

- L'objectif du titre, c'est de donner envie de cliquer pour voir l'introduction de votre contenu. Alors, **mettez en avant le bénéfice principal de votre contenu** dans vos titres (et le mot clé spécifique du sujet pour votre SEO).
- Avec un **titre clair** sur le contenu à suivre, vous augmentez le **temps de visionnage**. Et ça, les algorithmes aiment bien !

## **Ingrédient 2 : Un soupçon d'intrigue mais pas trop.**

Le mystère attise la curiosité. Et par nature, l'humain est curieux. Il aime les scoops, connaître les secrets. L'intrigue, c'est l'épice de **votre titre**.

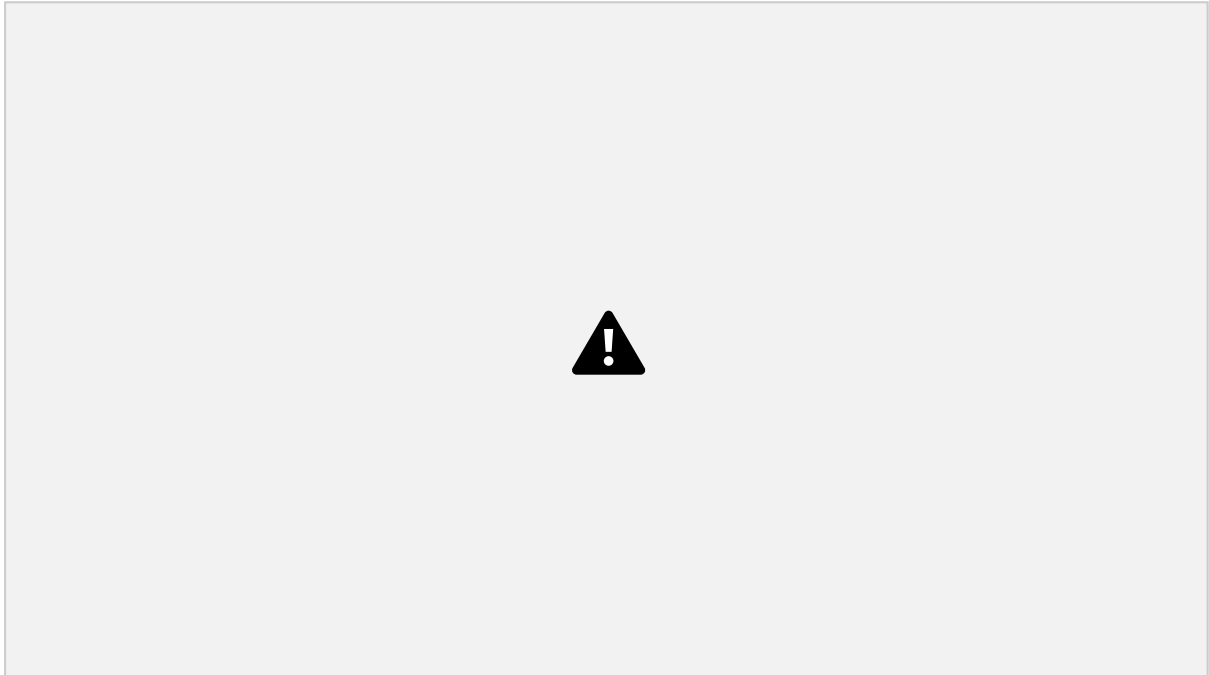
Mais comme toute épice, il faut savoir doser. Si vous en mettez trop, vous allez dégoûter vos visiteurs.

On va éviter les titres purement mystérieux lorsqu'on s'adresse à des inconnus :

- Vous n'allez pas en croire vos yeux.
- Ce petit truc a changé ma vie et il pourrait bien changer la vôtre.
- C'est une révolution !

Avec ces titres, vous allez augmenter votre taux de clics. Mais une grande partie des cliqueurs vont rapidement quitter votre contenu parce qu'ils ne sont pas concernés. Mauvais signal pour les algorithmes et pour votre référencement !

Par contre, vous pouvez utiliser plus librement le mystère avec une audience cible qui vous connaît. Dans l'**objet de vos emails** par exemple.



### **Ingrédient 3 : Une bonne dose de spécificité.**

Brian Clark est un rédacteur web, fondateur de [copyblogger](#). Un des blogs les plus lus au monde sur l'écriture et la création de contenu. Si vous lisez l'anglais, je vous encourage à consulter ses conseils.

Le conseil de Brian qui a le plus influencé ma façon d'écrire, c'est : « be ultraspecific ». Soyez ultra spécifique.

En utilisant le vocabulaire le plus précis et le plus adapté pour décrire une situation, vous levez toutes les ambiguïtés.

Résultat ?

Votre lecteur saisit **vosre message** en un claquement de doigt. Il comprend instantanément le **sujet de votre contenu**. En plus, vous donnez du relief à vos écrits ce qui ne gâche rien.

#### **Par exemple**

J'aurais pu intituler cet article : « 101 titres efficaces ». Mais mettons-nous à la place d'un inconnu qui tombe sur notre article dans Google.

Il ne sait pas si je parle de titre de livre, de titre honorifique ou de titre de contenu. Notre contenu risque de ne pas correspondre à ce qu'il recherche. Et puis, c'est quoi l'efficacité d'un titre ?

En ajoutant « des titres qui attirent les clics », celui qui découvre le titre de mon article comprend que l'on va parler de **contenu web**.

Comme je tenais à vous partager ma méthode, je l'ai signalé aussi dans le titre. Comme ça, ceux qui ne sont intéressés que par les exemples de titres, ne sont pas surpris des deux premiers chapitres.

La précision aide votre visiteur à décider s'il a un intérêt à explorer la suite de votre contenu.

Donc au lieu d'écrire :

« Mes conseils d'écriture pour votre blog ».

Donnez plus d'information avec des chiffres et du contexte. Écrivez plutôt :

« 10 conseils d'écriture pour améliorer la lisibilité de vos articles de blog ».

Dans le deuxième cas, votre titre est explicite, votre visiteur sait facilement si vous répondez à ce qu'il cherche.

*PS: n'oubliez jamais que vous recherchez des prospects avec vos contenus !*

## **Ingrédient 4 : Utilisez des mots qui ne laissent pas de marbre.**

Tous les mots n'ont pas la même valeur ni le même impact sur votre cible.

**Certains mots déclenchent des émotions** quand d'autres sont plutôt neutres.

Pour **rédigier un titre qui fait réagir** vos lecteurs, il y a certains mots à privilégier. Les anglais appellent ça les « power words », les mots puissants.

Voici une liste de 15 mots qui ne laisseront pas vos visiteurs indifférents :

- Vous.
- Nouveau / Nouvelle.
- Parce que.
- Exclusif.
- Maintenant.
- Limité.
- Secret.
- Simple.

- Immédiatement.
- Choquant.
- Gratuit.
- Sans risque.
- Radical.
- Écœurant.
- Erreurs.

## 14 modèles de titres accrocheurs

### + 101 exemples

Tous les créateurs de contenus redoutent le **syndrome de la page blanche**. **Comment être intéressant** à chaque fois ? Comment s'assurer de ne jamais **rater sa cible** ?

Le secret tient en deux mots : Systèmes et modèles.

Les **créateurs de contenus** les plus prolifiques ont des systèmes de création de sujets qui vous permettent de ne jamais être à court d'**idées de contenus**.

Je vous en parlerai bientôt.

Une fois que vous avez l'idée, il suffit de suivre des modèles qui ont fait leurs preuves. Avec les modèles, vous accélérez le processus de création et vous êtes sûr de taper dans le mille.

Voyons ensemble 14 modèles pour **rédigier des titres qui donnent envie** d'en savoir plus.

## Rédiger un titre du type « annonce choc »

L'annonce choc mise sur les déclarations inattendues et le contre-courant.

Si vous passez parfois devant la boutique d'un marchand de journaux, alors vous connaissez ce type de titres racoleurs. C'est ceux qu'arborent les magazines de presse à scandale pour titiller votre curiosité.

« Drame chez les Drucker. Ce que Michel a dit avant de partir... »

En soi, ce titre contient les bons ingrédients.

Il est spécifique : il s'est passé un drame chez les Drucker.

Il utilise l'intrigue : mais qu'a bien pu dire Michel ?

Il utilise des mots avec un impact émotionnel : drame et partir.

Il laisse entrevoir l'avantage que vous aurez à consulter le contenu : savoir ce qu'a dit Michel.

Le problème de ce titre ? Bien souvent le contenu qui suit n'est pas à la hauteur de la promesse...

On y apprend que Michel Drucker a dîné chez sa fille et est parti en claquant la porte.

Ou pire...

On vous parle d'un Michel totalement inconnu. Lointain cousin par alliance du beau frère d'un cousin de Léa Drucker. Vous apprenez qu'il est mort... En révélant qu'il avait eu son bac en trichant.

C'est ce qu'on pourrait appeler de la manipulation. Et vous, votre but est de gagner la confiance de votre public.

Si vous utilisez les annonces chocs, faites bien attention à ce que votre contenu tienne les promesses qu'il sous-entend !

## **Exemples de titres chocs**

- « Macron veut siphonner votre assurance vie : voici comment vous protéger ».
- « Ces 3 aliments ultra communs sont responsables de votre mal de dos ».
- « Catastrophe, c'est déjà l'heure du bilan annuel... ».
- » Vous ne terminerez jamais un marathon en moins de 4 heures si vous portez ces chaussures... ».
- » Poudres protéinées : pas si inoffensives... ».
- » Ces mastodontes veulent faire interdire les huiles essentielles... Pour notre bien ! ».
- » Cette fonctionnalité de l'iPhone menace votre business « .
- » Vaccinés COVID : êtes-vous en danger ? ».

## **La statistique pour rédiger un titre qui interpelle**

Les chiffres pertinents amènent de la spécificité à votre texte. Avec les statistiques vous amenez une dimension supplémentaire : « est-ce que je suis du bon ou du mauvais côté de la barrière ? ».

Ajoutez un soupçon d'intrigue à votre statistique pour capter l'attention et donner l'envie irrésistible d'appuyer sur le bouton gauche de la souris.

### **Exemples de titres utilisant les statistiques**

- » Ce logiciel vous fait économiser 30% en moyenne sur vos frais de livraison ».
- » 38% des infopreneurs ne connaissent pas ce canal d'acquisition ».
- » Bloomberg prévoit une hausse de 78% à 83% sur ces trois cryptomonnaies ».
- « 37% des localités seront touchées par des coupures d'électricité... Êtes-vous concerné ? ».
- » Hallucinant, le gouvernement lance les prêts à 0% pour créer votre entreprise ».
- « 40% : C'est la valeur que perdra votre argent en 2023 si vous ne faites pas ça ».
- » Augmentez votre prise de masse de 30% avec cette routine du matin ».

### **Les titres directs**



Les titres directs vont à l'essentiel. Ils laissent peu de place à l'intrigue (quoique).

C'est votre promesse brute.

Les rédacteurs web les utilisent beaucoup dans les objets d'emails quand les personnes visées nous connaissent déjà ou dans les images publicitaires.

Cependant, la seule limite est votre imagination. Vous pouvez très bien les utiliser pour d'autres supports.

## **Exemples de titres directs**

- » Perdez 3kg en 30 jours ».
- » Souscrivez un abonnement aujourd'hui et recevez 20€ « .
- » Ma plus grosse promotion de l'année « .
- » Gérez tout votre marketing avec Sendinblue « .
- » -50% sur tout le magasin « .
- » Mon cours gratuit sur le Bitcoin « .
  
- » Le plan diététique de 3 semaines pour préparer la SaintéLyon ».

## **Opter pour des titres indirects**

À l'inverse des titres directs, les titres indirects misent sur la curiosité de votre prospect. Ils gardent un soupçon de mystère, le plus souvent en utilisant des associations inattendues.

Ici vous visez une cible qui ne vous connaît pas encore. Alors, usez de la curiosité pour donner envie de lire la suite à vos inconnus.

## **Exemples de titres indirects**

- » Comment célébrer son divorce ? ».
- » Pourquoi le jus d'orange du matin va vous rendre obèse « .

- » Pourquoi ce n'est pas le bon moment pour rechercher le bonheur ? ».
- » L'école primaire est une secte « .
- » Ne faites plus de cardio après 15 heures ».
- » Comment je me suis retrouvé victime de mon succès ? ».
- » Comment vendre un parapluie dans le désert ? ».

## **Comment obtenir le résultat X sans l'inconvénient Y ?**

On l'a déjà évoqué, le premier réflexe du lecteur est de se demander ce qu'il gagnera à vous lire.

Si vous rédigez un titre qui commence par comment, vous illustrez le résultat que vous promettez.

Si en plus vous promettez de supprimer un inconvénient qu'ont les solutions concurrentes... Vous avez gagné instantanément l'attention du lecteur.

### **Exemples de titres « comment X sans Y »**

- » Comment perdre 1Kg en une semaine sans se priver ? ».
- » Comment faire fructifier votre argent sans immobilier et sans actions boursières ? ».
- » Comment faire une pause dans vos entraînements sans régresser ? ».
- » Comment dire non à votre mère sans culpabiliser ? ».
- » Comment soulager un lumbago sans médicament ? ».
- » Comment trouver vos premiers clients sans publicité ? ».
- » Comment écrire un titre percutant sans sonner faux ? ».
- » Comment monter une penderie MERÅKER d'IKEA sans se fâcher avec sa femme ? ».
- » Comment répondre aux commentaires haineux sans agressivité ? ».

### **Les titres pédagogiques**

Contrairement aux titres précédents, les titres pédagogiques s'intéressent à la cause plus qu'au problème.

Votre cible de clientèle n'a pas toujours conscience de la racine de son problème. Votre seule solution est d'user de pédagogie pour attirer son attention sur la cause de ses tourments, et gagner en crédibilité avec un bon article.

Pour ça, vous avez à votre disposition les titres pédagogiques.

Ils commencent par « Pourquoi » et poussent le lecteur à aller lire la solution.

## **Exemples de titres pédagogiques**

- » Pourquoi vos campagnes Facebook ne sont pas rentables ? ».
- » Achat immobilier : pourquoi faut-il attendre ? « .
- » Tendinite de l'épaule : pourquoi faire vérifier vos dents ? ».
- » Crossfit : pourquoi vous devriez faire attention à ces aliments « .
- » Gestion du stress : pourquoi prendre le temps de respirer un peu ? ».
- » Pourquoi votre enfant se réveille encore la nuit ? ».
- » Pourquoi séduire ne suffit pas ? ».
  
- » Pourquoi vous devriez passer sur TikTok ? ».

## **Les devinettes**

Quoi de mieux pour susciter la curiosité qu'une bonne devinette ?

Le côté énigmatique attire l'attention. Parce que nous, les humains, nous n'aimons pas les questions sans réponse !

Vous pouvez user du pouvoir de l'énigme pour attirer l'attention sur vos posts.

## **Exemples de titres devinettes**

- » Comment Bill Gates a manipulé l’OMS ? ».
- » Qui saura trouver l’erreur dans cette image ? « .
- » A votre avis, qui a dit que les enfants sont propres entre 3 ans et 5 ans ? La science ou Procter and Gamble ? ».
- » Qui pourra résoudre ce problème mathématique millénaire ? « .
- » A votre avis, laquelle de ces deux publicités donne les meilleurs résultats ? ».
- » Quel moment de la journée est le meilleur pour consommer les fruits ? ».
- » Comment ce jeune garçon a-t-il déconcerté la NASA ? ».
- » Lequel de ces programmes d’entraînement donne le plus de courbatures ? « .
- » Avec quoi associer l’épinette noire pour en finir avec la déprime de l’hiver ? ».

## Les titres justificatifs

Connaissez vous le livre « [The one sentence persuasion course](#) » ? Blair Warren dit que les gens feront n’importe quoi pour ceux qui les aident à justifier leurs choix.

Rédiger un titre justificatif prépare le lecteur à recevoir différentes raisons qui viennent soutenir un point de vue.

## Exemples de titres justificatifs

- » 5 raisons de ne pas acheter le dernier iPhone ? ».
- » Pourquoi nous avons détesté le dernier film de James Cameron ? « .
- » 7 raisons d’investir dans l’immobilier coopératif ? ».
- » 5 raisons de se limiter à 3 entraînements par semaine « .
- » Les raisons derrière mon refus de participer au G20 « .
- » 3 raisons de se lancer sur TikTok « .
- » 9 raisons de ne pas acheter ses followers « .

## L’actualité dans vos titres

Qu'on le déplore ou qu'on aime ça, l'actualité d'aujourd'hui est faite de buzz éphémères.

Le but des organes de presse est de faire le maximum d'impression à chaque article. Alors, ils privilégient les sujets qui vont le plus faire réagir.

Si vous voulez profiter de l'effet buzz, il vous faudra être réactif.

Explorez les tendances twitter et la couverture médiatique de certains sujets sur Google actualité.

Vous avez identifié des actus pertinentes pour votre activité ? Bingo ! Filez sur votre clavier pour écrire un post ou un tweet.

Ajoutez les mots clés tendances et publiez !

Laissez toujours un peu de place dans votre stratégie éditoriale pour inclure des réactions à l'actualité. Ça vous permet d'apporter un contenu original, qui souvent a le potentiel de faire réagir vos visiteurs.

## **Exemples de titres misant sur le buzz**

- » Mort de Kobe Bryant, RIP Bro ! ».
- » Olivier Giroud meilleur buteur français de tous les temps ? La victoire de l'antimarketing « .
- » Déclaration du premier ministre : ce qui nous attend ! ».
- » Macron à Londres : faute de goût ou stratégie ? « .
- » Donald Trump en freestyle : sa stratégie de communication « .
- » Federer prend sa retraite : comment les tennismen investissent pour arrêter de travailler à 40 ans ? « .
- » Cristiano Ronaldo encore ballon d'or : ses secrets diététiques pour rester jeune « .

## **Les citations inspirantes**

Vous les avez certainement vues sur [Instagram](#) ou dans votre fil d'actualité Facebook. Ces citations d'auteurs plus ou moins iconiques qui vous font réfléchir ou qui vous donnent de l'entrain.

Vous pensez peut-être que c'est de la mièvrerie, mais le résultat est là... Elles suscitent des interactions avec vos publications.

Les citations sont un peu longues pour servir de titre d'article, mais elles sont efficaces pour introduire un sujet de post [Linkedin](#) ou [Facebook](#).

## **Exemples de titres utilisant les citations**

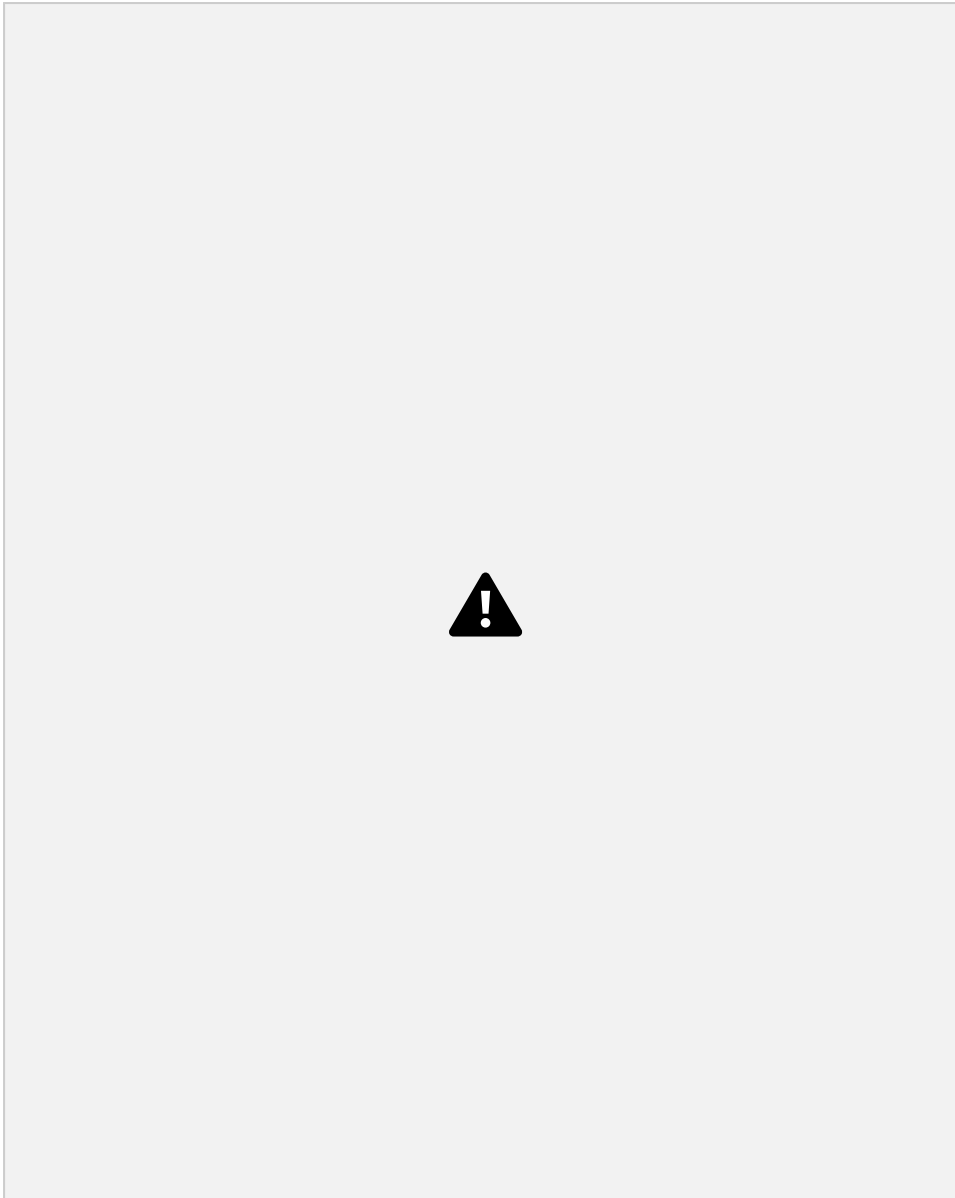
- » Rien n'est difficile si vous le divisez en petites tâches... Henry Ford ».
- » Si vous avez confiance en vous, les autres auront confiance... Goethe « .
- » La meilleure des publicités est un client satisfait... Bill Gates « .

Cependant, j'aime bien y ajouter ma touche personnelle. Vous l'aurez remarqué si [vous me suivez sur Instagram](#).









## Les titres « preuve sociale »

Selon Robert Cialdini ([auquel j'ai déjà consacré plusieurs vidéos](#)) la preuve sociale est un des 6 leviers d'influence qui aident à convaincre votre public.

Vous pouvez utiliser des témoignages dans vos titres. Ils stimuleront la curiosité et la peur de passer à côté d'une opportunité que d'autres ont déjà saisie !

## Exemples de titres impliquant la preuve sociale

- » 356 897 français ont déjà rejoint ce nouveau réseau social « .
- » Vous êtes déjà 1258 à m'avoir fait confiance : MERCI ! « .
- » Cette intelligence artificielle m'a fait économiser 7 jours de travail « .
- » C'est de la folie, déjà 98/100 ont été vendus « .
- » Comment rejoindre nos 6785 contributeurs ? ».
- » Vous êtes déjà 136 à avoir franchi le pas et ça augmente de jour en jour « .
- » Le programme 365 a transformé mon approche du marketing... Maud B. « .
- » Après 3 jours, les grignotages compulsifs avaient déjà stoppé... Jean François M. « .

## **Les titres anecdotiques**

Contrairement à ce qu'on pourrait penser, les titres anecdotiques n'ont rien... D'anecdotique !

Leur but ?

Signaler au lecteur que vous allez partager votre expérience personnelle. Vous pouvez également raconter une situation qui vous a inspirée.

Et si votre vie n'est pas aussi tumultueuse que vous le voudriez, vous pouvez raconter l'histoire de quelqu'un d'autre.

Les histoires personnelles fédèrent. Elles permettent de vous rendre plus accessible, plus humain.

## **Exemples de titres pour introduire une anecdote**

- » J'aurais aimé connaître cette technique d'écriture plus tôt ! ».
- » Les premiers mois de ma boutique en ligne « .
- » Comment j'ai surmonté le syndrome de la page blanche ? ».
- » Licencié à 45 ans, 3 enfants aux études, comment cette rencontre a changé ma vie « .
- » Paul, d'apprenti plombier à star de Youtube « .

- » Virginie F. Elle nous raconte comment elle a vaincu la dépression « .
- » Les plantes aromatiques ont changé sa vie : interview de Catherine C. « .

## **Les ordres (contenu 100% agnostique)**

Ce type de titre vous ordonne de réaliser une action. Il brusque le lecteur avec des verbes puissants à l'impératif.

L'efficacité de ces titres réside dans leur brutalité inattendue, un peu comme les annonces chocs.

### **Exemples de titres qui passent un ordre**

- » Jette ton stock de protéines ! ».
- » Abandonne les réseaux sociaux si tu veux réussir « .
- » Mange 5 fruits et légumes par jour, pas un de plus ! ».
- » Arrête d'écouter les conseils de séduction de gourous célibataires « .
- » Lance ton calendrier de contenu à la poubelle, tu n'en auras plus besoin « .
- » Attrape ton manteau et cours me rejoindre sur Twitch « .
- » Supprime cette application de ton smartphone ! « .

## **Les listes**

Doit-on vraiment présenter ce type de titre ? Vous les avez vus partout. Pourquoi ? Parce que ce sont les plus simples pour mettre en évidence les réponses que vous pouvez apporter à votre audience.

C'est aussi la raison pour laquelle j'ai intitulé cet article 101 titres... Ces titres ont aussi un avantage non négligeable. Ils sont souvent poussés en avant dans les résultats de recherche Google.

### **Exemples de titres « listes » que vous ne verrez probablement jamais sur le web**

- » 5 méthodes pour cacher un cadavre quand on n'a pas de voiture « .
- » 7 astuces de Mc Gyver pour construire un deltaplane avec un trombone et une balle de pingpong « .
- » 3 moyens simples d'esquiver le dîner chez belle maman dimanche « .
- » 33 incantations pour des tomates bien rouges et sans maladie « .
- » 7 techniques de combat utilisant les chamallows « .
- » 5 secrets de radins pour réutiliser son papier toilette « .
  
- » 3 thèmes WordPress pour être sûr de ne jamais faire de vues « .

***Vous savez maintenant comment rédiger un bon titre, ne vous en privez pas !***

Intitulez vos vidéos Youtube avec des titres percutants.

Écrivez des objets d'**email** qui donnent envie d'ouvrir votre message.

Donnez du potentiel à vos posts sociaux et obtenez de l'engagement de la part de votre public !

## **F.A.Q : Questions fréquentes sur l'écriture de titres accrocheurs**

### **Pourquoi les titres sont-ils si importants dans la création de contenus numériques ?**

Un titre accrocheur et un visuel percutant. C'est la combinaison gagnante pour attirer l'attention parmi les dizaines de contenus similaires qui entourent votre publication.

Une bonne accroche vous permet de sortir du lot et de transformer un inconnu en visiteur.

### **Quelles sont les erreurs courantes à éviter lors de la rédaction de titres?**

**Manquer de spécificité**

Les titres vagues et ambigus ne permettent pas au lecteur de savoir ce qu'il peut attendre de votre publication.

## **Ignorer la valeur perçue**

Un inconnu qui lit votre titre se demande « Qu'est-ce que j'y gagne ? » avant de décider s'il va poursuivre avec la lecture de votre publication.

Si votre titre ne répond pas à cette question, vous risquez de faire un flop.

## **Copier**

Le manque d'originalité, les clichés et le plagiat ne sont pas des armes pour vous différencier. Soyez créatif !

## **Oublier les mots clés**

Les mots clés sont à la fois important pour capter l'attention et pour aider les algorithmes à vous classer dans la catégorie adéquate.

## **Oublier votre cible pour plaire à tout le monde**

Votre titre doit cibler le public qui vous permettra d'atteindre votre objectif. Les autres vues ne servent que votre égo.

## **Quelles sont les caractéristiques d'un bon titre accrocheur ?**

Un bon titre doit :

- Être clair et spécifique sur le sujet abordé.

- Utiliser des mots émotionnellement chargés plutôt que du vocabulaire neutre.
- Donner une bonne raison de consulter la suite.
- Magner l'intrigue avec subtilité.

## **Quelle est la différence entre un titre informatif et un titre émotionnel ?**

Un titre informatif est direct et établit de manière claire le contenu de l'article. Par exemple : « 5 étapes pour obtenir votre visa pour l'Inde ».

Un titre émotionnel utilise des mots chargés en émotions comme la peur ou l'excitation pour susciter la curiosité. Par exemple : « Catastrophe, votre visa pour l'Inde a été refusé... ».

## **Qu'est-ce qu'un titre putaclic ?**

Les titres « pièges à clics » ou « attrapes clics » sont aussi appelés grossièrement « putaclic » contraction de l'expression « pute à clics ».

Ce sont des titres racleurs dont le but est d'obtenir le maximum de passage des internautes sans se soucier de leur intérêt. Le plus souvent pour vendre du contenu publicitaire.

Les titres putaclics sont à la création de contenu ce que le spam est à l'email marketing.

## **Comment ne pas sombrer dans le titre putaclic ?**

La différence entre un titre accrocheur et un titre putaclic, c'est votre bienveillance envers votre public cible.

Un titre accrocheur ne trompe jamais le lecteur sur ce qu'il obtiendra en vous offrant son clic.

À l'inverse, le titre putaclic est une escroquerie au clic. Rassurez-vous, écrire un titre putaclic n'arrive pas par erreur !