

RÉDIGER UN TEXTE

ETAPE 1 : PRÉPARER LE TEXTE

Pour être certain que le texte sera pertinent, il faut pouvoir répondre aux questions suivantes :

- A quoi sert le texte – quel message doit-il faire passer ?
- A qui s'adresse-t-il – qui va le lire ?
- Où va-t-il être diffusé – quelle forme aura-t-il ? (post réseaux sociaux, mail, ...)

ETAPE 2 : CHOISIR SA STRUCTURE

Structurer un texte, c'est déterminer quelles informations vont où et pourquoi. Selon le type de public, le message du texte ou sa forme, on ne hiérarchise pas les informations de la même manière. Exemples :

- ❓ Si le texte est diffusé sur les réseaux sociaux (noyé dans la masse), ou qu'il doit faire la **promotion** de quelque chose, ou qu'il est long : mettre les **informations les plus intéressantes**/impressionnantes au début du texte pour attirer le lecteur et le pousser à continuer sa lecture
- ❓ Si le texte est destiné à un usage « **professionnel** » : mettre les **informations les plus essentielles** (ou un résumé) au début du texte pour que le lecteur sache clairement de quoi on parle et dans quel but

Les informations doivent **s'enchaîner logiquement** pour que le lecteur ait l'impression d'avoir la suite du paragraphe précédent : cela encourage à continuer la lecture. Si ce n'est pas le cas, utiliser des **connecteurs**, ces petits mots oubliés font tout le boulot à votre place ;)

Pour assurer une écriture claire et simple, on rassemble généralement les informations de la manière suivante :

1 thème = 1 paragraphe
1 idée/élément/info = 1 phrase

Conclusion : le dernier paragraphe et la dernière phrase sont les dernières choses que lit le lecteur, elles seront donc plus facilement retenues, d'où l'intérêt d'y mettre des informations clés. Pour la conclusion d'un texte, on peut choisir de

- Faire un résumé du texte
 - Déterminer clairement les prochaines étapes (exemple : ce qu'on attend du lecteur, ce qui va arriver bientôt, etc)
 - Ecrire une phrase marquante (textes de promotion)
- 📌 Déterminer la structure permet d'écrire le plan du texte. On fait un template avec des « cases » qu'il n'y a plus qu'à remplir (ça facilite le travail et évite de se retrouver devant une feuille blanche sans savoir par où commencer).

ETAPE 3 : RÉDIGER LE TEXTE

Il ne vous reste plus qu'à remplir le template que vous avez fait.

1. Remplissez avec les idées et messages que vous avez et voulez transmettre.
2. Ensuite, faites une phrase pour entourer chaque élément/idée/message.
3. Ne reste qu'à mettre des connecteurs là où l'enchaînement n'est pas logique.
4. Trouver une phrase d'intro et une phrase de conclusion.

ETAPE 4 : RELIRE

Relisez une fois votre texte en entier. A vérifier :

- La cohérence générale (enchaînement logique des paragraphes, connecteurs, etc)
- L'orthographe, la grammaire et la conjugaison : pour vous aider, vous pouvez utiliser [Scribens](#), [Conjugeur Bescherelle](#) ou autres (Antidote, autres services de correction en ligne). En anglais : [Grammarly \(grammaire, orthographe\)](#)
- La ponctuation et le ton : dans un cadre professionnel par exemple, on évite les ! et les mots ou expressions trop familières. Dans la communication promotionnelle, au contraire, on cherche à être plus impactant et proche de son interlocuteur pour le captiver : on peut utiliser des ! et des tournures orales -> tout dépend du lecteur. En anglais : [Pro Writing Aid](#)
- Ne pas trop répéter certains mots qui reviennent souvent : vous pouvez vous aider de [CNRTL](#) (synonymes, etc)
- La taille des phrases : plus elles sont courtes, moins elles ont de chances d'être alambiquées. Allez à l'essentiel.

Faire relire son texte à quelqu'un d'autre est toujours une bonne idée : lorsque l'on a lu et relu 20 fois les mêmes phrases, on ne fait pas attention à certaines choses qu'il faudrait améliorer.

QUELQUES CONSEILS

1. Ne commencez pas par le début : commencez par faire un plan et remplissez ensuite les cases pour lesquelles vous avez déjà des idées. Le reste viendra ensuite.

2. Keep it short! Les gens sont sollicités de partout (tonnes de mails, surproduction de contenu sur les réseaux sociaux, etc), votre texte doit donc être court pour ne pas décourager à première vue. Cela demande d'être concis : faites des phrases courtes et simples. Et surtout : un élément doit pouvoir être compris en une phrase, pas besoin de 36.
3. Vous n'êtes pas Baudelaire. Personne ne vous a demandé de faire de la littérature : laissez tomber les phrases enchâssées en mode Marc Aurèle, les tournures alambiquées et les mots compliqués. Même si c'est censé faire joli, c'est plus fatigant à lire (lecteur découragé) et le résultat n'est pas toujours beau ;) mieux vaut faire des phrases courtes et simples tant qu'elles sont justes.