



COACHING BOOKMACHINE

La grille du titre

Trouver le titre qui fait ouvrir votre livre, et le sous-titre qui le fait acheter.

Mode d'emploi

Cette fiche se remplit en une heure, une seule fois. Vous en sortez avec trois titres finalistes et un sous-titre.

Ne cherchez pas le bon titre du premier coup. La méthode consiste à en produire vingt sans juger, puis à éliminer. C'est l'élimination qui fait le travail, pas l'inspiration.

Étape 1. Votre promesse

15 minutes

Avant d'écrire le moindre titre, répondez à ces trois questions. Un titre sans promesse n'est pas un titre, c'est une étiquette.

Pour qui

Un lecteur précis, pas tout le monde. Son métier, sa situation, son moment.

Quoi

Ce qu'il obtient, avec son vocabulaire à lui. Un résultat, pas un thème.

À quel prix

L'effort qu'il devra fournir. Trente minutes, un carnet, quatre semaines.

Sa phrase

La phrase exacte qu'il emploie quand il vous parle de son problème.

Mon mot interdit

Le terme que tout le secteur emploie, et que vous n'emploierez pas.

Votre promesse est de quelle nature ?

Une seule des quatre. Deux promesses dans un titre, c'est une promesse qu'on ne croit pas.

☐ Gagner

plus de clients, plus de marge, plus de lecteurs

☐ Gagner du temps

le même résultat en moins d'heures

☐ Éviter un risque

ne pas se tromper, ne pas perdre : la plus puissante

☐ Devenir quelqu'un

être reconnu, cité, suivi

Les quatre familles de titres

Quatre façons d'emballer la même promesse. Écrivez cinq titres dans chacune, même les mauvais.

1. La promesse chiffrée

Un chiffre trace la frontière entre l'avant et l'après.

La semaine de 4 heures (Tim Ferriss) | Les 7 habitudes (Stephen Covey) | The Personal MBA (Josh Kaufman)

Un chiffre engage : sept étapes annoncées, sept étapes dans le livre.

2. Le concept propriétaire

Vous inventez l'expression, elle devient votre marque et vos lecteurs la réutilisent.

La Vache pourpre (Seth Godin) | Stratégie Océan Bleu (Kim et Mauborgne) | Le Cygne noir (Nassim Taleb)

Seul, un concept inventé ne dit rien : le sous-titre devient obligatoire.

3. La question et la provocation

Le lecteur ne peut pas ne pas répondre, et il retient le titre.

Qui a piqué mon fromage ? (Spencer Johnson) | Tout le monde n'a pas eu la chance de rater ses études (Olivier Roland) | Influence et manipulation (Robert Cialdini)

Provoquer sans tenir se paie dans les avis des lecteurs.

4. La méthode

Le titre dit ce qu'on apprend à faire. Rassurant, et très encombré.

Comment se faire des amis (Dale Carnegie) | S'organiser pour réussir (David Allen) | La magie du rangement (Marie Kondo)

Votre différence se jouera dans le sous-titre.

Étape 2. Vos vingt titres

20 minutes

Cinq titres par famille. Vous ne barrez rien pendant l'exercice. On juge après, jamais pendant.

Série 1. Cinq titres avec un chiffre

Série 2. Cinq expressions que vous inventez, deux mots maximum

Série 3. Cinq questions que votre lecteur se pose vraiment

Série 4. Cinq titres qui commencent par un verbe d'action

Étape 3. Les trois filtres

15 minutes

Dans cet ordre. Chaque filtre élimine, aucun ne choisit à votre place.

- 1 **Le filtre du rayon** : Tapez le titre sur Amazon. S'il existe déjà dix fois, il est mort.
- 2 **Le filtre du téléphone** : Lisez-le à voix haute. Si vous butez, votre lecteur butera aussi.
- 3 **Le filtre du client** : Envoyez les trois finalistes à cinq clients, avec une seule question.

La question à poser n'est jamais « est-ce que ce titre te plaît », mais « de quoi parle ce livre, d'après toi ». Si la réponse n'est pas votre sujet, le titre est à revoir, même s'ils le trouvent joli.

Le test des trois secondes

Appliquez les quatre questions à chacun de vos trois finalistes. Trois oui sur quatre, le titre passe. Deux, il retourne dans la liste des vingt.

Mes trois finalistes

Les quatre questions	Titre 1	Titre 2	Titre 3
Je comprends ? En une lecture, sans effort et sans relire.	oui / non	oui / non	oui / non
Ça me concerne ? Le lecteur se reconnaît, il n'admire pas l'auteur.	oui / non	oui / non	oui / non
Je retiens ? Il pourrait le répéter demain matin, de mémoire.	oui / non	oui / non	oui / non
J'ai envie ? Il reste une question en suspens, et on veut la réponse.	oui / non	oui / non	oui / non

Le sous-titre

Le titre attrape, le sous-titre prouve. Il a trois rôles : dire à qui s'adresse le livre, annoncer le bénéfice, lever le doute qui reste après le titre.

Père riche, père pauvre

Ce que les riches enseignent à leurs enfants et que les pauvres ne font pas

La semaine de 4 heures

Travaillez moins, gagnez plus et vivez mieux

Un rien peut tout changer

Micro-actions, méga-impact : le titre intrigue, le sous-titre explique

Si votre titre est abstrait, votre sous-titre doit être concret. S'il est très concret, le sous-titre peut élargir. Sur Amazon, c'est lui qui porte les mots que votre lecteur tape dans la barre de recherche.

Mon sous-titre

Le test de la vignette

Réduisez votre projet de couverture à la taille d'un timbre. Si vous ne lisez plus le titre, ce n'est pas la couverture qu'il faut revoir, c'est la place du titre dessus.

LES FAUTES À ÉVITER

- Un titre illisible en vignette
- Trois polices et quatre couleurs
- Une image de banque d'images
- Votre portrait plus grand que le titre

CE QUI FONCTIONNE

- Un titre sur la moitié haute
- Deux couleurs, un fort contraste
- Un seul élément graphique
- Le test de la vignette, systématique

Les prompts prêts à copier

Remplacez les passages entre crochets, puis collez le tout dans votre IA.

Prompt 1. Produire vingt titres

À utiliser une fois votre promesse écrite.

Voici ma promesse :

- Pour qui : [VOTRE LECTEUR]
- Quoi : [LE RÉSULTAT]
- À quel prix d'effort : [L'EFFORT DEMANDÉ]

Voici la phrase exacte que mes clients emploient : [LA PHRASE]

Voici le plan de mon livre : [TITRES DES PARTIES]

Propose vingt titres de livre, cinq par famille : promesse chiffrée, concept en deux mots, question, verbe d'action. Six mots maximum par titre. Interdits : les deux points, et les mots « clés », « incontournable », « révolutionner », « [VOTRE MOT INTERDIT] ».

Prompt 2. Écrire les sous-titres

À utiliser sur vos trois finalistes.

Voici trois titres finalistes pour mon livre :

- [TITRE 1]
- [TITRE 2]
- [TITRE 3]

Pour chacun, écris trois sous-titres possibles. Chaque sous-titre doit nommer le lecteur visé et le bénéfice concret, en quinze mots maximum, sans deux points et sans mot creux.

Prompt 3. Le test des trois secondes

À utiliser pour contrôler un titre avant de trancher.

Tu es un lecteur qui découvre ce titre pendant trois secondes, sur une table de librairie :

[TITRE ET SOUS-TITRE]

Dis-moi, sans réfléchir et sans chercher à être gentil : de quoi parle ce livre, à qui il s'adresse, et est-ce que tu aurais envie de l'ouvrir. Si tu ne sais pas, dis-le.

Le message à envoyer à cinq clients

Copiez-le tel quel, changez seulement les titres. N'expliquez rien de plus : toute explication fausse la réponse.

Bonjour [PRÉNOM],

Je prépare un livre et j'hésite entre trois titres. Vous me rendriez service en répondant en une ligne, sans réfléchir :

1. [TITRE 1]
2. [TITRE 2]
3. [TITRE 3]

De quoi parle ce livre, d'après vous, et pour qui ? Ne cherchez pas à me faire plaisir, c'est votre première impression qui m'intéresse.

Merci beaucoup,
[VOTRE PRÉNOM]

Votre semaine, en trois gestes

- 1 Aujourd'hui : gardez vos trois finalistes, ne touchez plus à la liste des vingt.
- 2 Demain : envoyez-les à cinq clients avec la question ci-dessus.
- 3 Cette semaine : écrivez le sous-titre du titre gagnant et passez-le à la grille.

Refaites le test quand vous voulez : editionscanopia.fr/bookmachine/titre.html

Christophe Cattaneo

Architecte de Croissance & Business Développeur | Coach BookMachine