

# B comme ... Blog

---

Lorsque vous décidez d'adapter votre stratégie au monde du digital, vous vous trouvez rapidement confronté à un dilemme important face à la multitude d'offres disponibles. En effet, le web propose une boîte à outils très importante mais, comme dans toutes les boîtes à outils, il faut savoir faire le tri entre ce qui est utile à un moment donné et le reste.

Ainsi, vouloir par exemple disposer d'un site web est une très bonne chose, mais une fois que vous avez un site, cela ne suffit pas car il doit vivre. Or un excellent moyen de faire vivre un site est de disposer d'un blog, c'est-à-dire d'un journal interactif en ligne où vous pourrez donner des informations pratiques ou des renseignements pratiques vous concernant et surtout créer une interaction avec vos visiteurs.

## Un Blog pour l'entreprise qu'est ce que c'est ?

A la différence d'un blog personnel où on utilisera cet outil comme un journal permettant de relater les instants importants de sa vie, un blog d'entreprise est un outil de communication dont le but est d'inspirer la confiance chez vos lecteurs.

En effet, inspirer la confiance est le meilleur moyen d'engager vos lecteurs et de les transformer en clients. Pour cela, il est nécessaire de communiquer non seulement sur ce que vous faites, mais surtout de montrer que vous êtes un expert dans votre domaine et que par conséquent vous êtes parfaitement apte à résoudre leurs problèmes ou répondre à leurs besoins.

## Cas pratique

En pratique cela signifie trois choses fondamentales : communiquer régulièrement, offrir du contenu de qualité, et du contenu original.

## ABECEDAIRE PRATIQUE DE L'ENTREPRENEUR

Communiquer régulièrement permet de créer des repères pour vos lecteurs. Ainsi, si vous postez un billet par semaine, à jour et heure fixes, cela créera un rythme que vos lecteurs seront capables de suivre.

Si en plus vos billets sont originaux, vos lecteurs attendront avec impatience le suivant et seront donc au rendez-vous.

Ensuite, il est nécessaire d'avoir un contenu de qualité. Il ne s'agit pas en effet de donner une liste exhaustive de vos produits ou de donner des informations sans intérêt comme commenter la météo (sauf si votre activité consiste à donner des prévisions météo ...).

Un contenu de qualité est un contenu bien rédigé, agréable à lire et sans faute d'orthographe. Mais c'est également un contenu qui apprend des choses au lecteur, que ce soit des choses de la vie courante ou en lien avec votre activité.

Enfin, le contenu doit être original, c'est-à-dire qu'il ne doit pas être un copier-coller d'un article existant, sauf si cela est parfaitement assumé, mais dans ce cas on est plus proche de la curation que d'un blog.

De plus, en donnant une touche personnelle à vos articles, vous les rendrez plus accessibles et, du même coup, vous créerez une proximité, un lien personnel entre vous et vos lecteurs, ce qui facilitera grandement leur engagement.

### **Alors, comment gérer un blog pour son entreprise ?**

Tenir un blog est un travail de longue haleine car il faut être capable de tenir le rythme aussi bien sur le plan de la qualité que de la quantité.

Le plus simple est donc de commencer en se fixant un objectif raisonnable de publication et de l'adapter en fonction de votre disponibilité.

Mais le plus important est le contenu et la façon dont vous le mettez en scène. La réussite de ces deux points va conduire à un engagement important de la part de vos lecteurs qui vont devenir des véritables fans regroupés dans une communauté, puis des clients.

Cette communauté va alors agréger à elle d'autres personnes, mais c'est une autre histoire ...