

4H18.

*le*  
*guide*  
*du*  
**Blogueur**

*par* **STÉPHANE BRIOT**

# Le Blogging

## Philosophie & blogging

6

Le blogging passion, le blogging plaisir	7
Soyez passionné	7
Soyez vrai	7
Soyez ambitieux	7
Soyez patient	8
Aux origines du blog	9
Un Artiste, avec un grand « A »	9
La simplicité du complexe	10
La maîtrise du temps	10

## Le blogueur entrepreneur

12

Solitude, humilité, la vie de l'entrepreneur	13
Mercantile, impatient	13
Patient et volontaire	13
Etre ouvert aux autres	13
Mettez de l'ordre dans vos idées	14
Cherchez de l'aide	14
Acceptez l'erreur	14
Devenir riche avec son blog	15
Les vendeurs de foire	15
L'art de la promesse non tenue	15
Vos angoisses ne doivent pas vous gouverner	15
Comment prendre son projet en main	16
Vous savez de quoi vous avez besoin	16
La garantie argent facile et zéro risque	17
Croyez en vous !	17
C'est quoi un projet ?	18
QQOQCCP, la formule magique	18
Structurer son idée pour mieux avancer	19
Apprendre et comprendre	19
Ne pas suivre bêtement une méthode	19
Le chef de projet, c'est vous	20
Quoi et Qui ?	20
Où ?	21
Quand ?	21
Comment ?	22
Combien ?	22

Pourquoi ?	23
L'échec, terre à succès	23
Une niche ? Mais pas n'importe laquelle	25
Adsense ne rapporte rien ?	25
Le cas de l'affiliation	26
Je vais vendre mon produit	26

## **Votre Blog et vous** 28

Choisir un nom de domaine	29
Simple et percutant	29
Notez, et ne jetez rien !	30
Choisir un hébergement	30
C'est quoi un hébergeur ?	30
Parenthèse sur les plateformes de blogging	30
Le conseil du pro	31
Quel hébergeur choisir	31

## **Trouvez-vous, vous trouverez votre public** 32

Assumez vos objectifs !	33
Gardez vos bilans pour vous	33
Evitez le communautarisme	34
Le stress	34
Pas d'idées	34
Pas d'envie	34
Pas le moral	34
Adoptez le bon rythme	35
Questions Statistiques	35
Le taux de rebond, facteur de stress	35
Définition, d'après Google	35
Pondérer le taux de rebond	36
Retour d'expérience	36
Le rebond par source de trafic	36

## **Le contenu** 38

La ligne éditoriale	39
Première pierre de l'architecture de votre site.	39
Comment définir son cadre	39
Pourquoi je crée un blog et quel est son objectif ?	40
Pour quel public ?	40
Quels sont les moyens dont je dispose ?	40
Quelle sera la fréquence de publication idéale ?	40
Savoir donner de soi	41

Que retenir ?	41
Créer du contenu	42
Les articles accrocheurs ?	42

## Le référencement

44

SEO ?	45
Le SEO, science inexacte	45
Le SEO pour le web entrepreneur	45
Le SEO, c'est au quotidien	46
Structurer son texte naturellement	47
Être naturel	47
Le balisage, charpente de votre référencement <i>on site</i>	47
Du bon usage des balises	47
L'idée de l'article	48
La mise en exergue des contenus	48
La notion de sémantique	48
Le maillage interne	49
La distribution du jus	49
Quelques astuces	49
Soyez proche de vos lecteurs	49
Ne focalisez pas sur les titres	49
Utilisez la pyramide inversée	50
Travailler au-delà de votre blog	51
Commentaires et forums	51
Les articles invités	51
Annuaire et communiqués de presse	52
Réseaux sociaux et veille	52
Autorité et Notoriété	52
La notoriété ?	52
L'autorité ?	53
Restez humble devant les chiffres	53

## Générer du trafic

54

La veille	55
Qualifier l'internaute	55
Utilisez les commentaires à bon escient	55
Soyez naturel, le retour	56
Les réseaux sociaux	56
En résumé	56

## Monétisation

58

La publicité	59
--------------	----

L'affiliation	59
L'article sponsorisé	59
La vente de liens	59
Créer votre propre produit (ebook, formation)	60
En quoi diffuser un ebook peut-il être utile ?	60
Premier cas	60
Second cas	61
Le plan par écrit	62
Vous ne savez pas de quoi vous allez parler	62

# Philosophie & blogging

J'ai toujours eu tout la fois du respect et une certaine admiration pour le vrai blogueur. Celui qui partage, informe, donne son avis, sans jamais rien attendre en retour. Celui qui cherche, traque l'information, l'erreur, celui qui donne de son temps aux autres, par passion. J'ai toujours cru que le blogging, le vrai, se trouvait là. L'argent et la gloire, toute relative soit-elle, n'étant que le prolongement de ce long travail.

## LE BLOGGING PASSION, LE BLOGGING PLAISIR

La blogosphère est immense, diverse, variée, riche et pauvre selon où l'on se trouve. Elle peut-être désintéressée, passionnée, mercantile, elle est ce que nous en faisons.

Votre blog, c'est votre porte à vous, ouverte sur le monde. Oui, sur le monde. Votre blog contient un peu de vous, c'est, bien souvent, une aventure à titre personnel. Bloguer pour donner, avant de recevoir. L'idée n'a rien de neuf, dans le business, on parlerait d'investissement avant un retour, sur... investissement.

### *Soyez passionné*

Votre site, votre blog, se devrait être le reflet d'une passion. Cuisine, sport, littérature, science, mode, politique, peu importe le sujet, pourvu que la passion soit là, qu'on la ressente au travers de vos mots.

Depuis la création des médias, le quidam rêve de s'exprimer en public, de faire partager ses joies, ses colères, ses envies, ses découvertes, il rêve d'un peu plus que son quart d'heure de gloire. C'est internet qui lui a offert cette possibilité.

Avec votre site, vous êtes à la tête de votre propre journal, c'est vous qui définissez la ligne éditoriale, c'est vous qui choisissez le ton des articles. Profitez-en. Ne jouez pas au journaliste que vous n'êtes pas et ne serez sans doute jamais.

### *Soyez vrai*

Soyez blogueur, celui qui parle avec ses tripes, celui qui scrute le net, les magazines, la télé, celui qui est là, au contact des autres, relatez, exposez, posez les questions, donnez votre avis. N'ayez pas peur de donner votre avis. Vous ne pourrez pas plaire à tout le monde, alors, autant dire franchement ce que vous pensez.

Pour percer, votre site se doit d'avoir une vraie personnalité. C'est à vous de la lui donner. Cette personnalité ne se trouve pas dans un livre, une formation, ou ailleurs. Elle se trouve en vous. Votre site se nourrit de vous, de vos idées, de votre ambition.

### *Soyez ambitieux*

D'ailleurs, l'ambition, ce n'est pas un vilain mot. Vouloir écrire, réussir son site, toucher ses lecteurs, créer le débat, installer son blog dans le temps, c'est une ambition en soi, tellement cela demande d'investissement.

Comme toute ambition, votre site, sa réussite ne se fera pas en quelques semaines, et ceux qui disent le contraire sont de simples bonimenteurs. Un bon référencement demande du temps, construire une base fidèle de lecteurs aussi. Susciter l'intérêt ne se fait pas en un coup de cuillère à pot. Dans le cas contraire, tous les blogueurs seraient des

stars.

### *Soyez patient*

Quelle que soit votre ambition, il va vous falloir de l'abnégation. Du courage aussi, car vous allez rencontrer des périodes creuses, de celles où l'envie d'écrire vous fuie, de celle où le nombre de visites vous plombe le moral, vous scotche sur votre fauteuil, à vous demander comment vous allez faire, à vous demander si le plus simple ne serait pas de tirer le rideau.

Il en faut de l'envie et de la persévérance pour remonter la pente dans ces moments-là. Bloguer quand tout va bien, porté par l'euphorie, c'est une chose simple. Le faire dans les vents contraires, c'est une autre paire de manches. Le blogging est fait de hauts, de bas, d'échanges avec vos lecteurs, de rencontres, parfois surprenantes, étonnantes. Il est aussi fait de rencontres détestables, il est fait de la nature humaine. Rien n'est tout bleu, rien n'est tout rose.

Depuis que je blogue, j'ai été confronté à tout cela. Les projets qui sont nés de ce site me font aussi plaisir, ils me prennent aux tripes, me donne l'envie chaque matin. La passion est là, encore et encore. Je ne blogue pas uniquement pour l'argent ou la gloire, mais aussi pour le plaisir.

Une chose est sûre, quel que soit le domaine, le plaisir est un moteur efficace, éprouvé depuis de longues années.

Alors, ayez le blogging plaisir !



## *C'est quoi le blogging ?*

Lorsqu'il fut question de créer ce guide, je me suis dit qu'il serait sans doute utile de parler de ce qu'est un blog. Et pour cela, un petit historique ne serait sans doute pas de trop. Au fond, vous allez perpétuer une tradition de liberté d'expression, vous allez entrer de plain-pied dans un univers qui n'a de cesse de bousculer le monde tel que nous le connaissions, régie par les médias traditionnels. Cette époque s'achève, lentement mais sûrement. Alors, que vous ayez de choisis de bloguer pour le plaisir ou pour tenter votre chance dans ce nouvel eldorado, un peu d'histoire.

### *Aux origines du blog*

Le mot blog est apparu en 1999, ce qui est à la fois proche en temps humain, mais extrêmement lointain en temps internet. Ce terme est apparu sur le site Peterme.com. Bien ce blog n'était pas le premier du genre, c'est de lui qu'est partie cette dénomination. Les premiers sites ressemblant à un blog de près ou de loin sont apparus vers 1992. En 1999 donc, était recensés 23 blogs ! Contre plus de 160 millions à ce jour. 1999, c'est aussi à cette date que né Blogger, toujours en service sous l'aile de Google. Deux ans plus tard, SixApart lance MovableType, toujours en vie lui aussi, nous sommes en 2001. Puis en 2002, c'est Skyrock qui lance sa plateforme. Le blog prend doucement son essor en France. 2003, c'est TypePad qui fait son apparition, puis dans la foulée, Google s'offre Blogger, cette même année c'est aussi la naissance de Haut et Fort, enfin, toujours en 2003, Technoratie recense 41 millions de blogs. Boum ! Depuis, le phénomène n'aura cessé de croître, et vous en êtes la preuve, vous qui souhaitez vous jeter dans l'aventure.

### *Un Artiste, avec un grand « A »*

Voici donc un vaste champ qui s'ouvre à vous. Devant vos yeux : votre écran. Si sa taille est parfaitement définie, ce qu'il vous montre n'est qu'une infime partie du territoire sur lequel vous venez de poser le pied. Un blog est plus qu'un site. Oui, parce qu'un blog, c'est un site internet comme un autre. Aujourd'hui, les frontières entre blogging et site traditionnelles sont presque toutes tombées. Donc, ne vous formalisez pas sur des termes. Blog, site, peu importe. Un blog est donc plus que quelques pages en ligne. Bloguer, c'est un art, être blogueur, c'est maîtriser cet art, être un artiste.

Comme tout artiste, il vous faudra acquérir une part de technique, la maîtrise du pinceau, des couleurs, la toile. Vous aurez besoin d'une âme. Quelque chose qui différenciera vos œuvres de celles des autres. Le coup de pinceau, la lumière, les jeux de couleurs, mais quelque chose qui soit vous. Vos toiles, c'est vous. Il vous faudra aussi savoir vous nourrir de votre univers, l'absorber, le laisser poser son empreinte en vous, vous imprégner au plus profond de vos os, c'est ainsi que naît une toile.

Le blogging. Un art tout à la fois simple et complexe. En soit, peindre un tableau, chacun de nous est capable de le faire, nous sommes bien d'accord. En revanche, réaliser une œuvre, c'est plus délicat et sans nul doute pas à la portée de tout le monde. Pour le blog, c'est un tout petit peu pareil, à un léger détail près. Ici, nul besoin de façonner une

œuvre d'art. Toutefois, cela ne vous exonère en rien d'avoir un peu de talent et d'envie, ça aide.

### *La simplicité du complexe*

Le blog, de prime abord, semble d'une simplicité enfantine. Un logiciel simple à installer, comme WordPress, un joli thème, quelques articles, et roulez jeunesse ! Bien sûr. Et demain, ma tante fait le 100 mètres et colle une raclée à Usain Bolt. Ce n'est malheureusement pas aussi simple que cela. Vous allez devoir apprendre à utiliser certains outils, apprendre un nouveau jargon, apprendre plusieurs univers connexes au blogging et indispensables à celui-ci. Votre arc va prendre quelques cordes.

Avant de vouloir devenir un pro, vous allez devoir devenir un blogueur. Et un blogueur, c'est quoi ? De prime abord, c'est une personne animée par l'envie de partager une ou plusieurs de ses passions. Peu importe les quelles ! Mais partager avec le monde extérieur. Ne soyez pas surpris, dans n'importe quel domaine, avant de recevoir, il faut savoir donner. Donner de vous, mais aussi de votre temps. Et c'est là le premier nœud de votre histoire. Le temps. Tenir un blog demande du temps. Ecrire un bon article ne se fait pas en cinq minutes, plutôt en soixante, ou quatre-vingt-dix. Alors, si vous souhaitez cumuler emploi, vie de famille et blog, il va vous falloir jongler. Aucune de ces trois données ne tolère l'absence.

### *La maîtrise du temps*

Le temps est une donnée majeure pour le blog. Combien de temps pour trouver une idée d'article ? Combien de temps pour rédiger l'article, le mettre en forme, le publier, à quel moment publier pour toucher un maximum de lecteurs ? Quand ? Combien de temps ? Le blog est chronophage. Comme toute passion. Si vous aimez cuisiner, une bonne recette qui demande trois heures de préparation, vous pouvez tenter de la réaliser en quinze minutes. Ne m'invitez pas à dîner. Merci. De même, si vous écrivez vos articles en moins de dix minutes, soyez certain que je ne compterais pas parmi vos fans.

Le contenu du blog et donc le travail du blogueur a pris une nouvelle tournure depuis l'avènement des réseaux sociaux. Là où par le passé il était possible de poster un cours billet avec un lien vers un article avec un petit commentaire, aujourd'hui, c'est presque impossible. Il vous faudra créer des articles plus soutenus, plus complet. Ce type d'article demande plus de temps, d'investissement, de volonté. La rançon de la gloire.

Le blogueur est aussi une personne qui se tient informé de ce qui se passe dans son secteur et ceux qui lui sont proches. C'est un peu mieux de savoir ce qui passe autour de soi, surtout si vous souhaitez avoir un blog qui colle à l'actualité de votre milieu. Cette activité s'appelle la veille, et les outils pour vous faciliter cette tâche ne manquent pas.

Le partage, la curiosité, l'envie d'apprendre, voilà les premières qualités du blogueur. Pour se transformer en professionnel, il lui faudra ajouter la création de produit, le marketing, la vente. Voilà un sacré programme qui s'ouvre à vous. Un vaste champ de connaissances, immenses, passionnantes.



# Le blogueur entrepreneur

**E**ntreprendre, un vaste mot, et surtout, une idée, une philosophie que certains galvaudent à souhait. Entreprendre, c'est une volonté, simple et complexe, un long chemin. Soyez patient, pugnace. Dans le cas contraire, passez votre chemin.

# SOLITUDE, HUMILITÉ, LA VIE DE L'ENTREPRENEUR

## *Mercantile, impatient*

En dépit de votre volonté à croire que tout est facile, qu'il suffit d'une formation pour vous ouvrir les chemins d'un compte en banque grassement garni, la réalité est plus cruelle. Combien de blogueurs persuadés de réussir se sont vautrés, combien de créateurs d'entreprises sont retournés bosser au SMIC. Un paquet. S'il suffisait de quelques campagnes emailing pour réussir sur internet, on serait au courant.

## *Patient et volontaire*

Il est donc impératif de savoir qu'entreprendre, ce n'est pas ça, que cela soit sur le net, en tant que webentrepreneur ou en dehors. Entreprendre, c'est d'abord un être humain, une idée, un projet. Vous aurez beau avoir une niche, des mots clés, un peu de vocabulaire SEO, vous n'irez nulle part, si ce n'est dans un mur. Entreprendre, c'est donc le fruit d'une réflexion, c'est vouloir s'inscrire dans le temps, imposer un concept, une volonté.

Bien que l'installation d'un WordPress puisse se faire en quelques minutes, vous vautrer prendra encore moins de temps ! Vouloir encaisser l'oseille avant même de savoir ce que vous allez faire et comment le faire, c'est la descente aux enfers, et bonjour tristesse.

## *Etre ouvert aux autres*

Ainsi, lorsque j'ai fait mes premiers pas dans le monde de l'entrepreneuriat, je suis passé par une couveuse d'entreprise. Si techniquement parlant je n'y ai rien appris, en revanche, sur l'état d'esprit, j'ai pu me confronter à d'autres porteurs de projets. Et ce fut un déclic. J'ai puisé là une forme de confiance, quelque chose qui m'a décomplexé dans l'approche de mon propre projet.

Grâce à cette volonté de vouloir être au contact des autres, j'ai pu rencontrer plusieurs personnes avec qui parler, échanger, confronter mes idées. C'est de la sorte que j'ai pu sortir de la solitude du porteur de projet, c'était vital, et ce fut bénéfique. Ces échanges m'ont permis de passer à la vitesse supérieure. Ces échanges en tête à tête avec des entrepreneurs furent réellement un déclic.

En restant seul dans son coin, le porteur commet des erreurs, comme s'engager dans des formations sans avoir fait le point sur ses besoins, sans savoir quelles sont ses forces, ses faiblesses, sans se connaître réellement. Reconnaître un besoin de formation est sage. Encore faut-il être sage jusqu'au bout et ne pas choisir sa formation sur une promesse de vente et l'appât du gain. Il faut apprendre à résister à la férocité d'un slogan ou message vous garantissant la réussite.

Aussi, avoir recours une tierce personne pour vous conseiller peut être salvateur. Et surtout pas honteux. Au contraire, un grand chef d'entreprise, c'est aussi une personne ca-

pable de bien s'entourer, une personne qui est capable de choisir des Hommes qui vont l'aider à réaliser ses projets. Si votre première décision doit être de choisir une personne pour vous guider et vous conseiller sur le net, sachez prendre le temps de la réflexion, faites votre enquête via Google et prenez votre décision, sans complexes aucun.

### *Mettez de l'ordre dans vos idées*

D'après les premiers constats que je peux faire des séances de coaching que je mène en ce moment, il ressort que les porteurs de projets, s'ils ont l'envie et les idées, ont une approche qui est très décousue. Il faut donc prendre le temps de poser le tout, de trier, de discuter, de comprendre les motivations, de prendre le temps d'analyser la situation de chacun. Ce travail, ce n'est pas en vidéo qu'il est possible de le faire, mais dans un échange oral, humain. Souvenez-vous, un projet, c'est un être humain, une idée.

Donc, le trait commun, c'est la confusion. Elle est logique. Internet est un monde un peu à part, un univers informatique, et qui dit informatique, dit un tas de questions supplémentaires. En prenant cela en compte, en ajoutant l'aspect technique, vous avez des questions liées au projet, des questions liées au web, et enfin, des questions liées à la technique ! Ouf ! N'en jetez plus !

### *Cherchez de l'aide*

En conséquence, chercher de l'aide au dehors, c'est tout, sauf une mauvaise idée. Encore faut-il faire les bons choix. Certes, au moment où vous faites un choix, rien ne vous garantit que vous fassiez le bon. C'est le charme, le sel, le piment de la vie de l'entreprise. Mais vous devez le faire le choix. Ne rien faire, c'est plus dangereux.

### *Acceptez l'erreur*

Entreprendre, c'est aussi intégrer l'idée de se tromper, de faire des erreurs. C'est aussi votre capacité à apprendre de vos erreurs.

Un projet est un processus long, fluctuant, dont les lignes bougent, un projet est vivant. N'ayez pas de craintes devant les choix qui vous attendent, sachez prendre le temps quand cela impose, ne confondez pas vitesse et précipitation, sachez vous entourer. Sachez être un webentrepreneur réfléchi, efficace, mature. Ayez la volonté de vous inscrire dans la durée.

Etre un webentrepreneur débutant ne veut pas dire que vous êtes un abruti qui ne sait rien ! Vous avez plus de qualités que vous ne l'imaginez. Il faut savoir vous entourer, et utiliser ce que vous savez déjà.

## DEVENIR RICHE AVEC SON BLOG

Sans trop chercher, vous pourrez rapidement trouver des méthodes miracles sur la toile. A grand renfort de slogans accrocheurs, vous promettant de devenir un nouveau riche en peu de temps et avec peu d'effort. Ces formations, que valent-elles ? Globalement, rien. J'ai testé deux de ces produits, ce que vous allez apprendre de concret ? Bien peu, trop peu au regard de l'investissement financier que vous devrez consentir.

### *Les vendeurs de foire*

D'ailleurs, on ne peut pas parler de formation, mais de méthodes à suivre bêtement sans se poser de question. Avec ça, vous allez vachement apprendre. Et surtout, si vous rencontrez un cas non prévue par la méthode, ce qui a 99% de chance d'arriver, vous allez vous retrouver comme un con.

Par ailleurs, avec une telle façon de procéder, vous n'êtes plus maître de votre projet. A suivre les directives d'un pseudo guru, ce n'est plus vous qui prenez les décisions, mais lui. Et lui, la seule chose qui le branche, c'est que vous ouvriez le porte-monnaie. Donc, en avant l'up-sell !

Si la méthode qui consiste à ne pas laisser le stagiaire maître de ses choix porte ses fruits en termes de vente pure, sur le long terme, je ne pense pas qu'elle soit porteuse pour le client. Dans cette méthodologie, la notion de choix est éradiquée, le vendeur fait tout pour vous. Enfin, ça, c'est que la promesse de vente du type « Gagner de l'argent rapidement avec votre blog » vous laisse croire.

### *L'art de la promesse non tenue*

En effet, la technique consiste à vous servir une méthode, censée faire mouche à coup sûr. La réalité est plus cruelle. Vous n'allez pas apprendre, vous allez réciter sagement une méthode. Pourquoi ? Comment ? Parce que ça marche. Mais qu'allez-vous apprendre ? Une méthode reste une méthode, et si une méthode miracle existait, je ne crois pas qu'elle serait sur le marché. Une méthode, cela ne fonctionne pas à 100%. Encore une fois, gagner de l'argent avec son blog, c'est possible. Mais comment y parvenir, c'est une autre histoire.

### *Vos angoisses ne doivent pas vous gouverner*

A la décharge de ces vendeurs, il existe toute une frange de personnes qui souhaitent se lancer, gagner de l'argent, mais qui sont rongées par le doute, qui ne savent pas prendre les choses en mains, qui ont peur, tout simplement. La notion de risque est véritable frein à leur épanouissement. Aussi, être totalement pris en main par un tiers, c'est rassurant. Ne pas devoir choisir, ne pas être obligé de comprendre, c'est rassurant, et cela peut passer pour un gain de temps.

La question n'est pas de savoir si l'on peut gagner de l'argent sur le net, oui, on peut,

mais la question est plus de savoir comment gagner de l'argent, avec quel produit, quelle vision, quel service ? Si votre optique est de gagner de l'argent sans prendre de risque, sans vous impliquer, cela risque d'être compliqué.

***Sachez une chose. Votre vendeur, il ne va pas faire le boulot pour vous ! Il va vous vendre son produit, et point. A vous de faire avec ça.***

***Les questions ? Quelles questions ? Vous devez suivre pas à pas une « méthode ». Ne venez surtout pas dire que cela ne marche pas. Le vendeur a testé sa méthode, elle marche pour lui. Le discours est imparable***

Vous voilà donc revenu au point de départ, et même un peu plus en arrière. Car avant d'avoir acheté ce produit de formation, vous aviez peur, mais ne saviez pas. Désormais, vous savez une chose : c'est que vous n'y arrivez pas. Vous avez toujours peur, et en plus vous avez des doutes sur vos compétences. La méthode, elle, elle fonctionne, donc, forcément, si vous n'y arrivez pas avec cette méthode, c'est que le problème vient de vous. Ah, ça, vous avez fait une belle affaire !

En voulant éliminer le risque, en choisissant de croire une promesse de vente, en voulant « griller tout le monde », en voulant gagner tout, et tout de suite, vous venez de vous mettre une belle balle dans le pied. Maintenant, vous êtes un peu comme une andouille au milieu de nulle part, suite à une « formation ».

### ***Comment prendre son projet en main***

Dans l'approche que je défends, il est une chose qui me fascine, l'Humain. Etre confronté à une problématique, étroitement liée à la personnalité, à son histoire, sa vision des choses, cela oblige à penser autrement, à chercher à comprendre son interlocuteur, à prendre en compte ses interrogations, ses doutes, à le rassurer. Le but étant de l'aider à aller de l'avant dans son projet, en lui apportant certaines méthodes liées à la technique pure, mais aussi l'aider à appréhender son projet, son site, ce secteur qu'est internet. Le choix final devant rester le fait de sa propre volonté, c'est une décision qui lui appartient.

Entreprendre, c'est faire des choix, et surtout, savoir pourquoi nous faisons ces choix, dans quelle optique, dans quel but, et comment nous allons atteindre ce but.

### ***Vous savez de quoi vous avez besoin***

A titre comparatif, lorsque que l'on me demande si tel ou tel plugin est mieux que l'autre, on attend sans doute de moi une réponse toute faite. Or, le plugin X peut être meilleur que le plugin Y dans le cadre d'un usage, et inversement. La vraie question c'est dans quel cadre allez-vous utiliser votre plugin, que souhaitez-vous faire ? Avec ces réponses, je serai en mesure de vous apporter, à mon tour, une réponse précise. Il en va de même dans votre projet de gagner de l'argent sur internet. Vos choix doivent être les vôtres.



## *La garantie argent facile et zéro risque*

Vous allez me dire « mais, ces choix, ça ne vas pas me garantir la réussite » ! Vous avez raison. Mais dites-moi, avez-vous déjà vu, dans la rue, dans la vie, une boîte, une école, qui forme des patrons avec une promesse de réussite ? Moi, non. Je connais les pépinières, je connais les business angel et consort, et dans tout cela, il y a un truc qui s'appelle .... Le risque.

Cette notion de risque, s'il existe des solutions pour la réduire, il n'existe rien pour l'éradiquer de l'entrepreneuriat. Il va falloir vous y faire et apprendre à vivre avec. Si vous souhaitez entreprendre avec la garantie de gagner des millions, poser-vous quelques questions.

## *Croyez en vous !*

Bien sûr, il faut croire en vous, votre projet ! Bien sûr, vous avez les pétoches, nous les avons tous au moment de nous lancer. Les artistes qui rentrent en scène appellent cela le trac. Les sportifs, la pression. Appelez ça comme vous voulez, mais vous allez devoir apprendre à composer avec ce facteur. A vous d'en faire quelque chose de positif, ou de vous faire aider pour cela.

Gardez à l'esprit que votre projet, c'est votre projet. Il vous appartient. Nous aimerions tous prendre systématiquement la bonne décision. Mais, ne dit-on pas que l'on apprend de nos erreurs ? Pour prendre une décision, il faut savoir, connaître, comprendre. Pour savoir si vous aimez les tomates, il a bien fallu y goûter un jour.

Dans votre nouveau job, vous ne pourrez pas maîtriser absolument tout, il va donc falloir vous en remettre à des tiers. L'aspect technique peut poser des soucis, l'aspect marketing aussi. Voilà des décisions à prendre, des choix à faire.

Dans l'absolu, vous battre pour devenir un blogueur pro, pourquoi pas ! C'est possible de le devenir. En revanche, ne comptez pas sur une formation pour faire le travail à votre place. Une formation ne sert pas à cela.

A titre comparatif, lorsque que l'on me demande si tel ou tel plugin est mieux que l'autre, on attend sans doute de moi une réponse toute faites. Hors, le plugin X peut être meilleur que le plugin Y dans le cadre d'un usage, et inversement. La vraie question c'est dans quel cadre allez-vous utiliser votre plugin, que souhaitez-vous faire ? Avec ces réponses, je serais en mesure de vous apporter, à mon tour, une réponse précise. Il en va de même dans votre projet de gagner de l'argent sur internet. Vos choix doivent être les vôtres.

## C'EST QUOI UN PROJET ?

Voilà un mot tout à la fois plein de promesses, d'envie, comme un fruit juteux que l'on croquerait à pleine dent l'été venu. Le projet, c'est aussi un mot qui fait peur, tant ses implications peuvent vous paraître lourdes, contraignantes, pénibles. Pourtant, en décidant de vous lancer sur internet, et à plus forte raison sur un blog, vous entrez de plein pied dans l'univers de la gestion de projet.

Par chance, il existe des milliers de façons de gérer cela. Inutile de partir sur les diagrammes de Gant qui donneront des maux de crâne à la plupart d'entre vous. Inutile de vous ruer sur les logiciels de GTD (Getting Things Done), dans un premier temps, cela ne vous servira pas à grand-chose, si ce n'est à vider votre porte-monnaie de quelques euros.

### *QQOQCCP, la formule magique*

Un projet, c'est avant tout une idée, et une idée qui se doit d'être structurée. Cette structure comment la poser ? En utilisant la formule QQOQCCP :

Quoi (les actions)

Qui (les gens concernés)

Où (les domaines touchés par le projet, voire les lieux)

Quand (programmation dans le temps)

Comment (moyens, méthodes...)

Combien (le budget)

Pourquoi (les motifs et les objectifs)

Et là, vous venez de prendre peur ! On va tout de suite vous rassurer. Rien d'insurmontable ici. Votre idée doit être éclatée en plusieurs morceaux. Globalement, il faudra savoir ce que vous devez faire, avec qui, dans quel(s) domaine(s), à quel moment, de quelle(s) façon(s) et pourquoi, dans quel but.

Ce postulat de base est, je le répète, d'une infinie importance pour la bonne tenue de votre projet et la réalisation de vos objectifs. Nous allons voir que votre projet global va pouvoir se découper en un ensemble de petites tâches. Pour exemple, la création de votre blog. Il vous faudra choisir un nom de domaine, puis un hébergeur, pour enfin installer votre blog. Ceci dans le cas d'un site hébergé par vos propres soins. Vous pouvez tout aussi bien opter pour un blog sur une plateforme type wordpress.com, avec toutes les limitations que cela implique.

## *Structurer son idée pour mieux avancer*

Plus votre idée sera structurée, mieux vous avancerez, vous aurez également une meilleure visibilité des actions à mener, le tout vous servira à mieux vous situer par rapport à votre projet. Un peu comme un pilote au dans sa voiture au milieu de la piste. Les différentes informations remontées par son tableau de bord, ainsi que sa position physique lui permettent d'analyser sa situation en temps réelle et prendre les décisions qui s'imposent.

Pour continuer sur l'image du pilote automobile, vous allez très justement me dire qu'un pilote A prendra des décisions différentes du pilote B. Exact. Vous venez d'introduire ici le facteur humain, le talent, l'expérience, l'envie, la prise de risque. Deux pilotes, la même voiture, deux chronos différents à l'arrivée. Pourquoi ? Parce que A et B sont deux entités distinctes. Deux blogueurs, une méthode, deux résultats différents. Pourquoi ? Deux blogs, deux regards, deux façon d'écrire, d'interpréter les choses, de les assimiler, de les utiliser.

## *Apprendre et comprendre*

De la façon dont vous allez assimiler tout ce que vous allez pouvoir apprendre sur la toile découlera votre réussite ou votre échec. Vous pouvez chercher une formule magique sur la toile, avec un chemin bien définis à suivre, du genre faites ceci, puis cela, et enfin ce truc-là, et encaisser la monnaie. Vous avez le droit d'y croire. En ce cas, je vous conseille tout de suite de fermer ce guide et le mettre de côté. Vous y reviendrez une fois que vous vous serez planté. Vous serez sans nul doute plus ouvert et plus à l'écoute.

Le but de ces pages n'est pas de vous dire comment et quoi faire, mais de vous donner des pistes, de vous donner des idées. Il vous revient de chercher, creuser, tester, essayer, observer et analyser vos résultats, pour comprendre, ce qui fonctionne ou non.

Le mot projet ne doit pas vous faire peur, au contraire, il doit vous rassurer, c'est le cadre dans que vous allez créer et dans lequel vous allez évoluer. Un projet est souvent mis en place pour faire face à une problématique inconnu, dans le cas contraire, vous auriez mis en place des processus, cadre plus aptes à la gestion de tâches quotidiennes et répétitives (la rédaction d'articles est un processus, inscrire votre blog dans des annuaires aussi), ces processus peuvent faire partis d'un projet.

## *Ne pas suivre bêtement une méthode*

L'important, ce n'est pas tant la méthode, mais ce que vous allez en faire, comment vous allez utiliser ce savoir nouveau, ces connaissances. Votre projet se doit de refléter ce que vous avez envie de faire, votre personnalité. Quoi de plus ennuyeux que partir d'un point central pour visiter X blogs et se rendre compte que tous propose la même chose, sur le même ton, uniforme, impersonnel, vide, fade, creux.

Revenons-en à notre projet, notre méthodologie QQQQCCP. Vous pouvez donc décidez de passer outre dans la genèse de projet, ce que je ne vous conseil pas, ou vous pouvez

décider dès à présent de lire avec votre cerveau, et non uniquement avec vos yeux. Vous pouvez décider que la création d'un blog est simple, et faire le minimum syndical habituel de ceux qui savent tout et finalement se retrouvent dans le fossé quelques mois plus tard, ou alors, vous pouvez prendre un peu de temps pour écouter ce que j'ai à vous dire. Dans ces quelques lignes, je viens tout simplement de vous poser au centre de votre projet, de définir votre position. Dans une entreprise, on parle de chef de projet. Vous êtes chef de projet. Vous êtes responsable de votre projet, vous êtes donc comptable de vos actes, des conséquences, et des résultats.

Alors oui, forcément, le discours n'est pas du tout le même que le refrain des webmarketeurs qui eux ont décidés de tout vous livrer, tous les secrets, pour gagner de l'argent, beaucoup d'argent, sans prendre trop de risques, et en un temps record. La méthode miracle, cela n'existe pas. Autant vous le mettre tout de suite dans la tête une bonne fois pour toutes. Si vous pensez que le Père Noël existe, alors je ne peux rien pour vous. Si ce n'est vous annoncer la mauvaise nouvelle. Oups, je crois que c'est déjà fait. Terminons cet aparté par un détail important. Ce n'est ni à moi, ni à un webmarketeur, ni qui que ce soit d'autres de votre entourage de mener votre projet à bien, de faire les choses à votre place. Nous venons de voir que le chef de projet, c'est vous, donc, les décisions, c'est à vous de les prendre, et à personne d'autres. Alors oui, c'est chaud ! Pas de chance pour vous, c'est ainsi que cela fonctionne. Vous êtes responsable de vos actes, de vos décisions. Maintenant que tout cela est bien posé, respirez donc un bon coup. Et mettez-vous cela en tête, le boss, c'est vous.

### *Le chef de projet, c'est vous*

Bien, vous êtes le boss. Mais cela ne veut pas dire non plus que vous devez faire tout et n'importe quoi, n'importe quand et n'importe comment. Vous devez poser les fondations de votre projet. Pour cela, il faut avoir une idée précise. Un projet c'est cela, une idée précise. Donc, un point de départ, là où vous êtes aujourd'hui et une ligne d'arrivée, à savoir l'idée, l'objectif. Votre idée implique forcément une notion de résultats. Ce résultat, c'est donc l'objectif à atteindre. Le projet, c'est donc la ligne qui relie le départ à l'arrivée. Vous voyez, le mot projet ce n'est pas un gros mot.

Si tout se déroule bien, dans votre esprit, vous commencer à mieux cerner cette idée de QQQQCCP. Il reste à vous l'approprier, pour pouvoir la manipuler au quotidien et comprendre ainsi les répercussions de vos actes ou de votre passivité sur votre projet. Pour reprendre l'idée du pilote automobile, à l'amorce d'un virage, il peut choisir de ne pas tourner, d'accélérer ou de ralentir. De ce choix découlera une conséquence, bonne ou mauvaise. Vous pouvez décider de ne pas écrire d'article, pour tout un tas de raisons, parfois très bonnes, parfois bien moins. Peu importe. Ce qui compte vraiment, ce sont les conséquences qui surviendront.

### *Quoi et Qui ?*

Dans notre QQQQCCP, la notion que Quoi (les actions) reviendra souvent. Le premier des Quoi, c'est votre projet global, votre blog. Le Qui, c'est principalement Vous.

Ce qu'il vous faut comprendre : vous aurez, tout au long de votre projet, des actions

à mener. Et pour chacune d'entre elles, il vous sera possible d'utiliser à nouveau la QQQQCCP. Mais ne cherchez pas à subdiviser tout, tout le temps. Trop d'organisation nuit à l'efficacité. Si vous passez plus temps à noter ce que vous devez faire au lieu de la faire, vous n'avancerez pas d'un pouce, ce qui n'est le but recherché.

## *Où ?*

La notion du Où (les domaines touchés par le projet, voire les lieux), dans laquelle nous allons tout de suite éliminer l'aspect lieux pour nous concentrer sur les domaines touchés par le projet. Là, y'a du pain sur la planche.

Dans la création et la gestion d'un blog, plusieurs domaines de compétences vont être abordés. Le référencement, l'écriture, le design, la notion d'image de marque, de réputation. De la technique et de l'intellectuel. Un savant mélange des deux. Dans tout cela, que savez-vous faire ? Quels sont les points qui vous poseront le plus de problèmes ? Quels sont ceux que vous pourriez aisément contourner, et enfin ceux sur lesquels vous pourriez obtenir de l'aide ?

Le référencement ? Les ressources sur internet ne manquent pas, elles sont gratuites pour la plupart, vous pouvez aussi vous procurer le livre d'Olivier Andrieux sur le sujet, une référence pour le novice.

Le design ? Les templates payants ne manquent pas non plus, surtout en ce qui concerne WordPress. Le choix risque d'être un peu problématique, tant l'offre est vaste.

Image de marque, réputation, notoriété ? Un travail quotidien, au travers de votre présence sur les réseaux sociaux.

L'écriture ? Si vous ne vous sentez pas capable d'écrire un article qui puisse capter l'attention des lecteurs, il va falloir vous y mettre dès à présent.

Voilà pour la notion du Où vu au travers du prisme d'un blog, et uniquement dans le tronc commun. Vous devez maintenant voir le Où en fonction du sujet de votre blog. La cuisine ? Ok, donc, par exemple, des recettes. Questions : Créez-vous des recettes, ou testez-vous des recettes trouvées dans des livres ? Réfléchissez aux conséquences et implications de ce choix.

## *Quand ?*

Passons désormais au Quand. Dans un premier temps, c'est quand vous voulez. Votre projet débute quand vous l'aurez décidé. Quelque chose me dit que si vous lisez ces lignes, c'est que le Quand, c'est maintenant, ou demain. Mais pas dans trois ans. Toutefois, lorsque votre blog sera en ligne, le Quand, ce sera tous les jours. Les réseaux sociaux, la promotion de votre blog, la rédaction de contenu, le référencement, pour bien faire, toutes ces actions devront être calées dans un processus quotidien. Tiens, je vous reparle d'un processus dans le cœur de votre projet. Ça ne vous rappelle rien ? Moi, si. Je vous avais touché deux mots sur ce même sujet il y a quelques minutes.

La notion du Quand ne peut être quelque chose d'arrêté, de fixe. C'est une notion qui va vous suivre durant toute la durée de vie du projet. Chaque action possèdera son Quand propre. Le Quand aura une grande implication dans les facteurs de réussite ou d'échec. Ne pas faire les choses trop tôt, ne pas les faire trop tard non plus. Délicat équilibre pour trouver le juste Quand. Votre timing s'affinera avec l'expérience et la connaissance de votre public. Sachez l'observer, le comprendre.

### *Comment ?*

Et si l'on passait désormais au premier de deux C, j'ai nommé le Comment. Le fameux comment. Mais comment je fais ? Je suis moi-même en train de me demander comment je vais faire pour vous parler de ce Comment. Mettez n'importe qui devant mon clavier, et demandez-lui de vous parler du Comment. Pour chaque rédacteur, vous obtiendrez une réponse, plus ou moins précise. Le Comment prend ici en compte les moyens, la méthode. Les moyens peuvent être financiers. Par exemple, comment je fais pour avoir un joli design alors que je n'y connais rien ni en Photoshop ni en CSS ? Soit je paie un graphiste chevronné (aïe le porte-monnaie), soit j'achète un thème premium. Mais si c'est mon métier ou ma passion, alors, le comment, je sais déjà le gérer. Je vais créer mon propre design que je vais gérer comme un mini-projet dans le projet.

Le Comment peut-être méthodologique. Comment rédiger un article pour le web ? En utilisant la pyramide inversée. Je vous en reparlerais plus loin. Cela peut être une création de diagramme. Exemple, Comment mettre mes idées au clair ? En créant une carte mentale. Nous pourrions décliner à l'infini l'emploi du Comment. Retenez que pour chaque action, vous allez devoir répondre à la question « Comment je fais ci ou ça ».

### *Combien ?*

Voyons le célèbre Combien. Un projet, c'est un budget. Dans le cadre d'un blog, quelles sont les dépenses ? Le nom de domaine, l'hébergement, puis le design, puis des plugins premium (dans certains cas), peut-être quelques services en ligne pour le suivi du référencement, ou des services de veille. Pour reparler de mon exemple de blog culinaire, cela peut-être aussi l'achat de livre, de matières premières pour réaliser les recettes, mais aussi d'ustensiles.

Votre budget, c'est donc tout ce dont vous avez besoin pour démarrer votre projet, puis toutes les dépenses récurrentes, quel que soit la récurrence (mensuelle, annuelle). Une fois cela défini, vous aurez défini deux choses très importante : La mise de départ, et ce que vous allez devoir gagner sur une année pour faire fonctionner votre site sans qu'il ne vous coûte de l'argent. Définir Combien, c'est définir une partie du Pourquoi implicite. Pour ne pas perdre d'argent. Sauf à utiliser votre site dans un cadre purement passionnel. Pour un usage à vocation professionnel, Combien c'est donc un élément de réponse du Pourquoi, le pourquoi vu en tant qu'objectif. Un professionnel ne peut se permettre de travailler en perdant de l'argent. Vous devez donc équilibrer la balance sur l'année entre les dépenses et les recettes. C'est le minimum. Dans les faits, avec une véritable entreprises, les sommes engagées sont souvent très importante. De fait l'équilibre se trouve sur plusieurs années d'exercices comptables. Le temps de rembourser les prêts entre autres. Retenez que Combien est donc le frangin de Pourquoi.

## *Pourquoi ?*

D'ailleurs, le Pourquoi, parlons-en. En ce qui me concerne, je l'aurais plutôt placé en premier dans QQQQCCP. Dans mon esprit, du Pourquoi découle tout le reste. Mais bon, le gars qui pondra cette formule, lui, il préfère le mettre en queue. Soit. Le pourquoi, c'est un truc entre vous et vous, d'abord. Pourquoi avez-vous envie d'ouvrir un blog ? Pure passion ? Envie de changer de vie et tenté le jackpot avec un blog ? Envie de créer un lieu d'échanges sur le net pour rencontrer et échanger avec d'autres internautes, tout en monétisant la chose, un mix entre passion et argent ? Les raisons du Pourquoi ne vont pas manquer. Ce qui serait bien, dans votre esprit, c'est d'avoir une vision claire du Pourquoi. Par exemple « Je veux gagner de l'argent », ce n'est pas suffisant. On peut gagner de l'argent de mille façons avec Internet aujourd'hui. Comment voulez-vous en gagner ? Vente en ligne, publicité, affiliation ? La réponse à votre Pourquoi doit tenir en une phrase simple, précise, claire et nette, sans l'ombre d'un doute. Dans le cas contraire, c'est tout votre édifice qui sera bancal. Et vous finirez par prendre la cabane sur le coin du musée. Je doute que ce soit là votre objectif.

Notez que vous pouvez subdiviser l'objectif principal en sous-objectifs chiffrés. Dans l'exemple du blog Culinaire, pour un mois donné, les objectifs mensuel pourrait être de créer 3 recettes, d'en tester deux autres issues d'un bouquin, et de faire venir 300 visiteurs par jour. Si vous souhaitez générer des revenus, vous pourriez fixer la vente de 10 produits d'affiliation (livres, ustensiles) et ainsi de suite. Ces objectifs intermédiaires (ou jalons) vous permettront de savoir comment vous situer à l'instant T en fonction de l'objectif finale. Sans cela, vous risquez de vite de vous éparpiller dans la nature.

Avant de refermer ce chapitre, je souhaite attirer votre attention sur deux aspects important du projet. Premièrement, je vous le disais en introduction, un projet, c'est une idée phare, forte. Il se peut qu'actuellement vous ayez un grand nombre d'idées qui vous passe en tête sans que vous ne sachiez vraiment la quelle est la bonne. Prenez le temps de mettre tout cela à plat, notez tout, sur informatique, sur papier, mais notez. Cela vous aidera à y voir plus clair en vous et vous libèrera l'esprit, de plus, vous ne risquerez pas de perdre un bout de quoi que ce soit en cours de route, ce qui peut être gênant. Notez vos idées, classées les, cela vous donnera, peu à peu, un fil conducteur, et au bout, vous aurez une idée maitresse. Ce sera votre projet. Enfin, poser ses idées, c'est aussi se donner la possibilité de la concrétiser, de la voir en réelle, sous vos yeux. Votre cerveau passera automatiquement l'étape suivante : les implications, et ainsi de suite. Notez vos idées.

## *L'échec, terre à succès*

Pour terminer, je vais vous toucher deux mots sur l'échec. Un projet, c'est une part de risque non maitrisable. La mise en place d'un cadre permet de maitriser certains aspects tendant à réduire la part de risque. Mais le risque zéro, cela n'existe pas. Toutefois, dans bien des cas, le lancement d'un blog ne demande pas un investissement financier délirant, de fait, vous pouvez vous permettre de vous planter. Les conséquences sur votre vie ne seront pas délirantes. Vous perdrez du temps, c'est le plus ennuyeux. Si vous savez analyser pourquoi vous vous êtes planté, alors, vous aurez minimisé les répercussions de cet échec et en aurez fait une force pour la fois suivante. Ne vous mettez pas une pression inutile, vous allez avoir besoin de toute votre énergie pour mener à bien votre



entreprise.

N'oubliez pas, le Boss, c'est vous.

## L'ARGENT ET LE BLOGUEUR

Gagner sa vie avec son blog, changer de vie grâce à son blog, on ne compte plus les baselines aguichantes qui fleurissent vous proposant de gagner un maximum d'argent avec un simple blog. Seulement, à y regarder d'un peu plus près, la réalité n'est pas toute à fait aussi simple que cela. D'une part, pour la grande majorité, les sites proposant ce mirage sont tenus par des petits jeunes, bien souvent hébergés chez leurs parents. Avouez que pour l'aspect éthique, un môme qui vous explique comment changer de vie alors que lui-même n'a pas encore commencé la sienne, c'est moyen.

L'autre point à prendre en compte, ces blogs ne dégagent aucuns revenus, ou alors, très peu, peut-être une centaine d'euros par mois. Comment quelqu'un qui ne gagne pas d'argent avec son blog peut-il venir vous expliquer comment en gagner avec le vôtre ?

De l'autre côté, vous avez les gurus, les auto-proclamés star du net et autre célébrité, mais surtout, blogueur pro. Lorsque l'on veut se définir comme étant un pro du blogging, encore faut-il avoir le blog qui va avec. Hors, dans la majeure partie des cas, nos gurus n'ont pas cela. Des thèmes bancals, une absence totale de ligne éditoriale, un contenu pauvre, et une fréquence de publication famélique. Sans parler d'un référencement inexistant. Alors, comment peut-on se prétendre être des professionnels du blogging quand finalement, on n'a rien d'un blogueur ? Tout simplement l'esbroufe. La question qui vous viendrait à l'esprit, c'est de vous demander comment ces gens gagnent de l'argent ? Avec des lettres de ventes, un système vieux comme le monde. Mais en tout cas, certainement pas avec leur blog, dont même un débutant un peu éclairé ne voudrait pas.

En résumé, ces blogueurs sont tout, mais surtout des vendeurs de camelote, et surtout pas des blogueurs aguerris. Ils n'ont rien à offrir. Si ce n'est une méthode déjà éculée des milliers de fois. Leur maître à tous se nomme C. Godefroy, qui inonde les boîtes mails de ses lettres de ventes depuis des années. Lui a fait fortune, mais ceux qui ont acheté ces produits ? Non. A ce jour, ils ont déboursés entre 100 et quelques milliers d'euros, pour quels résultats ? Aucun.

L'argent ne doit pas être votre moteur premier, vous devez voir au-delà. Bien sûr que vous souhaitez mettre en place une activité professionnelle avec votre blog, le chiffre d'affaire sera important. Comme dans toutes entreprises, il vous faudra maîtriser l'équilibre entre les dépenses et les recettes. Ceci n'est pas propre à internet. N'importe quelle entreprise fonctionne ainsi depuis que nous sommes entrés dans l'ère du capitalisme, et même avant.

Dans cet univers de l'argent soit disant facile, vous entendrez parler de Tim Ferris, auteur du célèbre « la semaine de quatre heures ». Tous nos gurus l'ont lu. Tous vous parlent de cela. La semaine de quatre heures. Ce que l'on ne vous dit pas, c'est que pour bosser quatre heures par semaine, il faut avoir un sacré business en place. Car tout est externalisé ! Pour faire bosser la sous-traitance, il faut avoir les reins solides financièrement parlant. La semaine de quatre heures, ce n'est pas pour vous, pas tout de suite.



La réalité du blogueur débutant est tout autre. Elle est faite de travail, de travail, de travail, et encore de travail. Rien de nouveau en fait. Un entrepreneur, que cela soit sur la toile ou dans la vie dites réelle, sa journée commence tôt, et finie tard, parfois très tard. Ceux qui disent le contraire mentent, et le savent très bien.

Beaucoup travailler ne veut pas dire faire n'importe quoi, ou travailler mal. Vous pouvez passer des journées entières à écrire du contenu, si celui n'est pas qualitatif, il ne se passera rien. Vous pouvez vous concentrer à cent pour cent sur blog, et ne jamais vous montrer ailleurs sur la toile, votre audimat ne décollera jamais.

Pour gagner de l'argent, il vous faudra un minimum de rigueur, un brin de méthode, une grosse dose de ténacité et de patience. Et puis, quelque chose à vendre. Que cela soit vos propres produits, ou ceux des autres, avoir quelque chose à proposer à vos visiteurs, c'est bien. Compter sur la publicité, c'est un pari risqué et très aléatoire. Sans compter l'audience monstrueuse qu'il vous faudra pour gagner ne serait que cent euros par mois. La publicité n'est plus, dans la plupart des cas, un vecteur de richesse.

## COMMENT MONÉTISER ?

### *Une niche ? Mais pas n'importe laquelle*

Avant de vous lancer bille en tête, prenez donc le temps d'étudier un tant soit peu la question. Pour faire une petite étude de marché, utilisez donc google. Parcourez les sites que vous trouverez, et ainsi de suite. D'un côté, sur un domaine ultra pointu ou confidentiel, vous aurez peu de concurrence. C'est bien. Mais en fait non. Ce manque de concurrents, c'est peut-être parce que le net ne se prête pas au business que vous souhaitez mettre en place. Oui, oui, on ne vend pas tout et n'importe quoi sur la toile.

De l'autre côté, vous avez une niche "porteuse", mais un paquet de concurrents. La bonne nouvelle, c'est que votre business colle bien à la toile. La mauvaise, il va vous falloir batailler sévère. Enfin, on n'a rien sans rien comme dirait l'autre. Et si vous aviez choisi d'ouvrir une boutique dans votre rue, il aurait fallu batailler tout autant. Ah, oui, vous commencez à comprendre que sur le net, il ne suffit pas se montrer pour gagner 500 € par mois, et ce, malgré ce que d'aucuns veulent vous croire.

### *Adsense ne rapporte rien ?*

Nous avons quelques génies (ironie hein) autoproclamés du marketing qui nous expliquent qu'Adsense, c'est fini, c'est has-been, c'est la loose. Avec adsense, on gagne tout juste un euro par mois, donc, ça sert à rien de s'y inscrire. La première chose à savoir, c'est que ceux qui vous disent cela ont un trafic affreusement bas. Il est évident qu'avec 50 visiteurs unique par jour, il est compliqué de gagner de l'argent sur un système qui donne sa pleine mesure au-delà de quelques centaines de visiteurs unique sur une journée.

Chaque système, possède ses avantages, mais aussi ses petits inconvénients. Pour

AdSense, vous devez avoir un beau paquet de visiteurs chaque jour pour commencer à gagner de l'argent. Remarquez, vous auriez une petite boutique dans votre rue, en faisant 2 clients par jour, pas certain que vous vous y retrouviez à la fin du mois. C'est fou comme le monde réel et Internet peuvent être similaires parfois

En prenant mon propre cas pour exemple, j'ai commencé à dégager quelques dizaines d'euros depuis que j'ai franchis le cap des 300 visiteurs uniques par jour. Depuis, mon revenu AdSense croît lentement, mais sûrement. Encore une fois, pas de miracle. Pour gagner de l'argent, il faut bosser, et encore bosser.

Dernier point, il faut aussi savoir où positionner ses blocs AdSense dans son site... Et là, c'est à vous de faire les tests et les mesures qui vont bien.

### *Le cas de l'affiliation*

Il existe l'affiliation, vous en avez entendu parler je suppose. Par exemple, vous créez votre compte sur Amazon, et vous faites la promotion des articles de ce site sur le vôtre. Quand un visiteur passe par l'un de vos liens et achète le produit dont vous assurez la pub chez vous, vous touchez une commission. Mais là encore, pas de miracle. Si vous avez 30 clampins sur votre site, ne vous attendez pas à gagner un centime.

Une autre problématique de l'affiliation concerne le suivi des paiements. D'une plateforme à l'autre, les seuils varient, les modes de règlements aussi, rendant par la même le suivi de vos gains assez complexes. Sans compter que les gains, bien souvent, se comptent en dollars. De faits, il vous faudra jongler avec les taux de changes pour savoir combien vous avez gagné.

### *Je vais vendre mon produit*

E si vous vendiez votre propre produit ?? C'est bien ça, créer un produit et le vendre, j'ai lu ça chez "MaraboutMarketing.com". Oui, c'est une solution, créer un produit. C'est en vogue en ce moment.

Mais, permettez-moi : Quel produit ? Pour qui ? Pour quel besoin ? Un produit, sous quelle forme ? Comment le vendre ? Etes-vous crédible sur la toile pour vendre ce produit ?

J'arrête là. Vous l'aurez compris, la création d'un produit comme on le dit si bien, ce n'est pas une affaire de 10 minutes et jackpot. Dans le cas contraire, vous pensez bien que toutes les entreprises disposant d'un budget autre que le vôtre serait déjà sur le coup, depuis un moment.

Vous pouvez y réfléchir, tout dépend encore une fois de votre domaine d'action, la fameuse niche.

## Conclusion ?

Monétiser son blog, c'est possible. Pas du jour au lendemain, sauf gros coup de bol ! Et ceux qui vous promettent la lune en 24H00 et trois formations, demandez-leur depuis combien de temps ils rament. Vous serez étonnés.



# Votre Blog et vous

**I**l est l'heure pour vous de vous lancer. Entrons dans le vif du sujet.

## CHOISIR UN NOM DE DOMAINE

Le nom de domaine de votre site, c'est l'adresse à laquelle les internautes vont vous trouver. C'est là que site va habiter. Il est de coutume de dire qu'un bon nom de domaine doit comporter un ou plusieurs mots clés en rapport avec le thème du site. Néanmoins, dans le cas de 4h18.com, vous constaterez qu'il n'existe aucun lien avec le thème de mon site.

Aussi, j'aurais tendance à vous conseiller plusieurs choses. Prenez un papier et un crayon. Ecrivez toutes les idées de noms qui vous passent par la tête. Au minimum une bonne cinquantaine. Cherchez des expressions. Par exemple, pour un site qui parlerait de tartes en tous genres, on pourrait avoir des choses comme :

La bonne tarte

Ma tarte maison

Les bonnes tartes de maman

La tarte d'antan

Des tartes et des cuisines

30 minutes de cuisson

Et ainsi de suite.

Une fois votre liste établie, laissez reposer un ou deux jours, et revenez dessus. Éliminez ce qui vous semble le moins percutant. Retenez ce qui vous semble le plus impactant et le plus simple à mémoriser. Prenez le temps dont vous avez besoin pour être sûr de vous.

***Un bon nom de domaine, c'est un élément différenciateur***

### ***Simple et percutant***

Étant donné que vous ne serez sans doute pas le seul à parler de tarte, il se peut que le nom de domaine que vous souhaitez utiliser soit déjà pris. Il vous faut donc conserver une dizaine de noms que vous classerez par préférence, de 1 à 10. De la sorte, si un domaine est déjà pris, vous avez encore du choix.

Ce travail est important, c'est le début de votre référencement, et ce domaine, c'est comme votre identité réelle dans la vie, c'est un terme qui va vous suivre longtemps. Ne vous trompez pas, et si vous n'êtes pas sûr de vous, prenez conseils autour de vous, amis, famille, collègues.

### *Notez, et ne jetez rien !*

Dernier point, lorsque vous aurez votre nom de domaine, surtout, ne jetez pas votre liste ! Vous avez là une liste d'idées pour vos premiers articles. Et oui ! Mine de rien, vous avez écrit plus d'une cinquantaine d'expressions clés, voilà donc un très bon point de départ pour la rédaction du contenu de votre site.

Cette liste, conservez là, elle vous sera utile tout au long de la vie de votre site.

### *Choisir un hébergement*

Il y a l'adresse du site, comme celle de votre appartement. Et puis, il y a l'immeuble dans lequel se trouve votre appartement. L'hébergement de votre site, c'est ça, votre immeuble.

Vous avez trouvé votre nom de domaine. Bien. Désormais, ce domaine, il va falloir le poser quelque part. Et ce n'est pas dans votre salon qu'il va trouver son bonheur. Vous allez devoir passer par un hébergeur.

### *C'est quoi un hébergeur ?*

Vous allez donc devoir vous tourner vers des sociétés comme OVH, 1&1, Infomaniak, et consort pour que votre site soit accessible en ligne. Pourquoi ?

Dans l'absolu, vous pourriez très bien héberger votre site sur votre propre ordinateur à la maison. Aujourd'hui, l'évolution des techniques rendu cela possible. Mais autant vous le dire tout de suite, ce type de solution est à réserver aux profils les plus techniques. De plus, les temps de réponses pour afficher votre site sur l'écran de vos visiteurs ne seront pas parmi les meilleurs. C'est pourquoi il vous faut vous tourner vers un hébergeur, qui lui, possède à la fois la structure technique fiable et les ressources humaines nécessaires.

### *Parenthèse sur les plateformes de blogging*

Une autre solution serait de passer par des solutions clés en main, comme Haut Et Fort, Blogger, WordPress.com. Vous remplissez un formulaire d'inscription, et c'est parti. Seulement, dans ce type de configuration, vous n'avez pas la main sur votre site et ces évolutions. De plus, votre site sera visible à une adresse du type « monsite.laplateforme.com », ce qui pour votre référencement est tout, sauf génial.

Prenons le cas de WordPress, qui propose deux solutions de blogging. La première, c'est la plateforme. La seconde, le blog auto-hébergé.

Sur la première, vous ne pourrez utiliser que les plugins mis à votre disposition, idem, pour les thèmes. Logique, en matière de sécurité, on ne peut pas faire n'importe quoi avec un site qui héberge quelques millions de blogs.

De l'autre côté, vous avez donc la version à télécharger et à installer par vous-même. Là, vous avez accès à toutes les ressources disponibles autour de WordPress.

### *Le conseil du pro*

Je ne saurais trop vous conseiller, même si c'est un peu plus compliqué, de partir tout de suite sur une solution auto-hébergée. Vous aurez une image plus professionnelle, et la possibilité de modeler votre site à votre image.

### *Quel hébergeur choisir*

Comme dans bien des domaines il n'existe pas de vérité absolue. Pour ma part, je suis chez ovh depuis des années, et j'en suis satisfait. D'autres pensent que cette société est totalement incompétente. Bon. Comment choisir ? Le prix reste un argument valable. Vous pouvez aussi vous renseigner dans votre entourage, et si par chance vous avez une personne qualifiée qui peut vous venir en aide, suivez ses conseils. Elle pourra vous aider à mettre en place votre hébergement si besoin est, chez l'hébergeur qu'elle vous aura recommandée.



# Trouvez-vous, vous trouverez votre public

Je l'ai déjà mentionné sur 4h18, et il me semble bon de le redire ici. Je suis toujours surpris par le manque de personnalité des blogs que je peux lire. Le ton est lisse, impersonnel, fade. En fait, c'est chiant à lire. A vouloir trop faire bien, on fait mal. Et si vous vous lancez pour faire comme l'autre, ne faites rien, épargnez nous, merci.

Vous avez le droit de débiter, de vous chercher, mais bordel ! Assumez-le ! Ne jouez pas l'expert, ne jouez pas non plus à l'apprenti pro. Soyez vous-même ! Un blog, c'est une personne qui prend la parole. Si vous occupez un espace pour utiliser le même ton que les autres, expliquez-moi pourquoi je viendrais m'emmerder à vous lire ? Parce que pour le coup, je vais vraiment m'emmerder.

J'ai bien conscience que pour vendre, il faut avoir un ton et une attitude qui va un peu dans le sens commun. Soit. Je ne vous demande pas chier sur tout le monde non plus. Mais je ne vous demande pas non plus de m'expliquer comment faire une tarte aux pommes alors que vous n'avez jamais ouvert le four dans votre cuisine. Soyons sérieux deux minutes. Dans le business, il y a ceux qui suivent bêtement (les apprentis blogueur qui pensent un jour devenir riche) et ceux qui y vont, qui innove, par le ton, l'approche.

### *Assumez vos objectifs !*

Je vais vous donner un exemple plus parlant. Si vous suivez ce guide, vous avez sans doute, dans un coin de votre tête, l'envie de tirer un profit financier de votre blog. Bien, aucun mal à cela. Mais assumez-le ! Ce n'est pas en espérant vendre, par hasard, ou en vous disant que tiens, je vais parler de ci ou ça, et que, si, peut-être, je peux vendre un truc, ça serait bien, que vous allez y arriver. Pendant des années j'ai eu cette approche. Et bah franchement, j'ai pas vendu grand-chose. Mais d'un autre côté, en n'affichant pas clairement la chose, ce n'est pas étonnant.

Vous voulez vendre. Bien ! Assumez-le. Montrez-le. N'ayez pas honte de vouloir vendre. N'ayez pas peur de vouloir vendre. Quoi vous ne vous sentez pas légitime. En quoi ? Pourquoi ? Vous n'allez pas vendre un truc que vous ne maîtrisez pas. Vous allez vendre quoi ? Vos prestations ? Bien, j'en déduis que vous le faites déjà hors ligne, peut-être même avez-vous déjà des clients. Donc, vous êtes légitime.

Vous allez vendre un ebook ? Bien, donc, le contenu de truc, ce sera sans nul doute une synthèse de vos expériences. La question de la légitimité ne se pose pas. Ensuite, votre expérience, elle vaut ce qu'elle vaut, mais c'est la vôtre, rien ni personne ne peut remettre cela en cause.

### *Gardez vos bilans pour vous*

Foncez ! Et de grâce, épargnez-moi vos bilans mensuels sur votre site avec vos objectifs. On s'en fou ! Mais vous n' imaginez pas à quel point. Et hormis à vous motiver un tantinet, (et encore...) ils ne servent à rien de bon. Ah si, vous trouver des excuses en public quand vous n'avez pas atteint les buts fixés. Et en prime, vous allez passer pour un guignol. Super pour se faire une notoriété.

Un exemple avec les bilans mensuels. Un guru, dans une de ses formations préconise l'emploi de cette technique, soit disant pour vous motiver. Hors, sur le blog du guru, je n'ai jamais vu un seul bilan mensuel ! Etrange non ? Vos bilans, on s'en fout. Gardez les pour vous, vos amis, vos proches. Mais cela n'a rien à foutre sur votre site. Est-ce Nike ou Nestlé affichent leurs objectifs en public ? Non. Vous n'êtes ni Nike, ni Nestlé. Mais le but

est le même, faire du profit, certes, sur des échelles différentes.

### *Evitez le communautarisme*

Participer à des forums, c'est bien, tout comme suivre les blogs des autres blogueurs dans votre secteur. Mais ce n'est pas à ces gens-là que vous allez vendre quoi que ce soit. Au mieux, leur présence sur votre site flattera votre égo. Et après ? Rien. Toujours les mêmes commentateurs, qui écrivent la même chose que vous, sur les mêmes sujets que vous. Ça tourne en rond, et pas qu'un peu.

Un exemple ? Prenons la niche « gagner sa vie avec son blog ». Et au hasard, partons du blog du Julien Arcin ([julienarcin.com](http://julienarcin.com)). Regardez qui commente. Puis allez sur les sites de ces personnes. Là aussi, regardez qui commente. Et ainsi de suite. Vous allez retrouver les mêmes. Et, une fois de temps, vous aurez, presque par hasard, une personne qui n'est pas du clan qui viendra poser un commentaire. Ensuite, regardez la qualité générale des commentaires. Et vous aurez compris la limite du système communautaire.

### *Le stress*

Pas assez de visiteurs, pas d'idée, pas d'envie, pas le moral. Les motifs de stress sont nombreuses lorsque l'on blogue. La première source de stress pour le débutant, ce sont les statistiques. Si vous devez apprendre les lire correctement, inutile d'être plongé dedans tous les matins. Vous allez vite vous rendre compte qu'il faut du temps pour faire décoller un site. Concentrez-vous sur ce que vous devez faire, et lâchez vos stats.

### *Pas d'idées*

Normalement, ça ne devrait pas arriver. Lors des premiers chapitres de cette bible, je vous ai donné un petit truc qui devrait vous éviter la panne. Je vous le redonne ici : la liste. Conservez cette liste sur votre ordinateur, elle vous sera utile.

### *Pas d'envie*

C'est quelque chose qui vous arrivera régulièrement. Pas de panique. Ne vous mettez pas martel en tête. Coupez l'ordinateur, et faites autre chose. Votre cerveau a besoin de repos, de passer à autre chose. Et une pause fait toujours du bien.

### *Pas le moral*

Là aussi, prenez du recul, sortez, ne vous laissez pas abattre parce que votre site ne vous rapporte pas assez d'argent ou de visites. Gardez toujours à l'esprit qu'il faut du temps,

et que parfois, certaines actions n'ont pas les résultats escomptés.

### *Adoptez le bon rythme*

Globalement, selon votre rythme de travail de prédilection, méngez-vous des plages de repos : sortie, télé, famille, amis. Ne restez pas quinze heures non-stop devant l'écran, vous finirez par en être contre-productif.

Ne vous enfermez pas dans un rythme de travail trop contraignant. Un article par jour ? Pourquoi pas, mais avez-vous suffisamment de temps et de matière pour tenir la cadence sur le long terme ? Ça, c'est une autre question, et vous seul pouvez y répondre. Pour 4h18, je n'ai jamais vraiment eu de cadence à proprement parler. Je me suis longtemps contenté de poster au moins deux à trois fois par semaine.

Depuis peu, j'ai commencé à appliquer un rythme plus précis, avec une présence du lundi au mercredi, voir le jeudi. Je reprends le dimanche avec la newsletter qui rappelle les derniers articles parus sur le site. Ce qui permet de remettre les abonnés en éveil pour le lundi. Pour autant, ce rythme ne sera pas forcément valable pour votre secteur. A vous de tester et de rechercher le bon tempo.

## **QUESTIONS STATISTIQUES**

### *Le taux de rebond, facteur de stress*

Le taux de rebond... Le truc à vous faire des cheveux blancs. Mais, le taux de rebond, c'est quoi ? Pourquoi ne faut-il pas s'en faire un sang d'encre.

### *Définition, d'après Google*

D'après Google, le taux de rebond, c'est un visiteur qui ne visite qu'une seule et unique page de votre site. Le con ! Il pourrait au moins passer un bon quart d'heure à lire toutes ces choses passionnantes que vous avez à lui raconter. Ce foutu visiteur qui ne se doute même pas de la somme monstrueuse de travail que vous fournissez, il se barre comme ça, mais quel manque de respect. Et voilà vos stats qui en prennent un coup dans la tronche. Et Google, paraît qu'il n'aime pas quand vos visiteurs ne restent pas chez vous.

Bien, une fois passé ce coup de gueule salvateur et légitime que vous venez de pousser devant votre pages de stats, regardons plus avant ce qu'il en est.

## *Pondérer le taux de rebond*

En premier lieu, mettez en face le temps passé sur le site. Trente seconde ? Ok, là, vous avez un souci. Plus de deux minutes, pas de panique sur le taux de rebond alors. Pourquoi ? Encore une fois, nous allons plonger dans nos tableaux pour le savoir.

D'une part, il vous faut identifier les requêtes qui génèrent un fort taux de rebond, et regarder ce qu'il se passe. Le cas le plus classique, c'est un visiteur qui sera conduit sur votre site, aura lu votre article et sera reparti. Pourquoi ? Deux solutions, soit il a trouvé ce qu'il cherchait, soit non.

C'est le temps passé sur la page qui pourra vous donner un indice. Si il est resté longtemps, cela peut signifier qu'il a lu l'article en intégralité, ce qui est in bon point. Si le visiteur est reparti aussi vite qu'il est arrivé, tout de suite, c'est moins bon.

Cela nous ramène à la pertinence d'un article. Un billet convenablement argumenté a plus de chance d'être considéré comme pertinent par le lecteur. Un billet généraliste, peu documenté, type un article de liste qui balance les x meilleurs plugins sans en dire plus, cela va générer du trafic, mais ce dernier sera-t-il pour autant qualifié ?

La lecture du taux de rebond demande donc une analyse assez fines de vos statistiques afin d'identifier les points faibles de votre site, peut être avez des articles qui génère du trafic en provenance des moteurs, mais dont la teneur n'est pas celle attendu par le visiteur. Auquel cas, à vous de savoir si le positionnement sur une telle requête est judicieuse pour votre site.

## *Retour d'expérience*

De ma propre expérience, dont il ne faudrait surtout pas faire une généralité, lorsque mon site à commencer à générer du trafic, le taux de rebond a lui aussi progressé. Ce qui me semble être logique, mon blog n'est pas universel, et tout le monde ne peut y trouver son bonheur.

De plus, en analysant mon propre comportement de surfeur, je constate qu'il m'arrive rarement de rester plus de deux pages sur un site, sauf dans un but précis. Généralement, je viens depuis un lien ou une recherche sur un moteur, je lis une première fois en biais pour scruter le contenu, si je trouve mon bonheur, je m'attarde et lit l'article, dans le cas contraire, je repars. Et ainsi de suite. En prenant ce comportement en compte, je me dis que je ne dois pas être le seul à procéder de la sorte.

## *Le rebond par source de trafic*

Autre point qui doit être analysé. Regardez les sources qui génèrent le plus de trafic vers votre site, et analysez le temps passé ainsi que le nombre de pages vues. Ainsi, j'ai quelques sites qui me génèrent plusieurs centaines de visites par mois, pour des temps passé qui vont au-delà des dix minutes et plus de vingt pages vues par visites. Ce qui corè le première analyse qui voulait que deux minutes passées sur une page engendrent

une lecture complète de l'article.

Autre point à prendre en compte, si vous utilisez des booster sociaux test Social Booster, certes vous allez pousser vos pages, mais il en résulte que pour un like, vous générer une page à une visite et un temps de présence sur le site proche de zéro. Là, pour le coup, votre taux de rebond grimpe en flèche et plombe vos stats brutes.

### Que venons-nous de voir ?

Que le taux de rebond ne doit pas être lu brute.

Vous devez l'analyser dans un contexte de requête précis

Il doit être mis en rapport avec d'autres facteurs afin de pouvoir en tirer une analyse utile, et ainsi enclencher les actions nécessaires.

Une analyse brute risquerait de vous conduire à faire des choix trop généralistes et qui pourrait s'avérer contre-productif pour votre site.

Là encore, savoir garder la tête froide et prendre du recul est important pour ne pas faire n'importe quoi. A vous de savoir lire vos stats pour bien rebondir !

*Trouvez-vous, vous trouverez votre public* 39

*Evènement blog et entreprise : [weareblogger.com](http://weareblogger.com)*

# Le contenu

C'est votre trésor, la raison d'être de votre site, ce qui fera que vos visiteurs vous seront fidèles ou non. Il faut le penser, le soigner, le structurer. Sans lui, il ne se passera rien pour votre site.



## LA LIGNE ÉDITORIALE

Vous en avez souvent entendu parler, vous savez ce que c'est, sans vraiment pouvoir en donner une définition aussi précise que possible. A votre décharge, pas facile d'y voir vraiment clair sur le net. Je vous parle de la ligne éditoriale.

Nous tenterons d'aborder l'aspect plus orienté vers le web que presse papier, dans ce domaine, les choses sont bien clarifiées. Sur le web, ce n'est pas encore le cas.

Ah ! Jeunesse...

Par exemple Libération penche à gauche et ne fera que rarement l'éloge d'un gouvernement de droite, là où Le Figaro fait tout l'inverse. Aussi, lorsque vous lisez l'une ou l'autre de ces deux parutions, la même information est traitée de façon très différente, car passée au prisme de la vision politique du journal.

Sans pour autant aller vers ces extrêmes, nous voyons bien ici que tout ce qui est écrit dans ces quotidiens découle avant tout d'un positionnement politique assumé. C'est là une première piste à suivre pour votre propre site. Non pas l'aspect Gauche/Droite, mais la définition d'un cadre et d'une tonalité.

Ligne éditoriale : Philosophie suivie par une rédaction pour son journal, traduit les grandes valeurs défendues par la rédaction au travers de ses articles publiés

Voilà une définition qui revient assez régulièrement sur les divers de presse, ou qui s'y rapporte. Pour autant, qu'en est-il d'un site plus personnel, à l'audience plus confidentielle que celle du média d'un grand groupe ?

Savoir de quoi l'on va parler, et surtout comment, c'est la base même de votre ligne éditoriale. Inutile de vouloir parler de tout, tout le temps, et n'importe comment. Vous ne ferez que livrer une bouillie textuelle indigeste à vos lecteurs. Lecteurs qui d'ailleurs ne reviendront pas de sitôt pour parcourir vos colonnes.

### *Première pierre de l'architecture de votre site.*

Si vous n'en n'avez pas, vous allez jouer l'équilibriste sans filet au-dessus du vide. Vous risquez également de vous lasser très rapidement de votre site (dans la majeure partie des cas). Avant donc de vous lancer tête la première entre deux immeubles de grandes hauteurs, en vous demandant ce que vous foutez là, prenez quelques minutes pour vous tisser un petit filet.

### *Comment définir son cadre*

Ce dernier n'est pas bien compliqué à mettre en place. En revanche, son entretien va vous demander un peu de rigueur et de volonté tout au long de l'existence de votre site. Je vous propose de répondre à ces quelques questions. Le but est de tisser la toile au sein de laquelle vous allez pouvoir évoluer librement.

Pourquoi je crée un blog ?

Quel est son objectif ?

Quels sont les sujets que je souhaite traiter ?

Pour quel public ?

Quels sont les moyens dont je dispose ?

Quelle sera la fréquence de publication idéale ?

### ***Reprenons point par point***

#### ***Pourquoi je crée un blog et quel est son objectif ?***

Si vous ne savez pas répondre à cette question, inutile d'aller voir plus loin. Votre site sera voué à l'échec, et la seule chose que vous retirerez de cette expérience sera une bonne dose de frustration.

#### ***Pour quel public ?***

Allez-vous vous adresser à des novices ou au contraire à des experts dans les différents domaines que vous allez aborder ? Dans un cas comme dans l'autre, il vous faudra adapter votre contenu tout autant que votre façon d'écrire. Cela peut paraître idiot à écrire, mais l'on ne s'adresse de la même façon à un public connaisseur ou novice.

#### ***Quels sont les moyens dont je dispose ?***

S'il la question d'argent (nom de domaine, hébergement, ressources diverses) est importante, il est également question de temps. Si vous êtes déjà dans le rouge avec votre agenda, est-il vraiment utile d'en rajouter une couche ? Ouvrir un blog, c'est une chose. Le faire vivre en est une autre. Vous aurez besoin de temps, ressource première.

#### ***Quelle sera la fréquence de publication idéale ?***

La réponse à cette question découle directement de la précédente. A minima, un article étayé par semaine. Au mieux, à vous de voir.

Mais posez-vous la question : Avec Twitter, Facebook et consort, les brèves circulent à une vitesse hallucinante. Ces réseaux ont pris le relais des blogs sur ce créneau. De fait, le lecteur va attendre de votre part des articles un peu plus fouillés, plus précis, plus étayés. Il n'est plus question de se contenter de balancer 3 brèves par jour pour faire vivre un blog. Même si cela fonctionne encore sur certaines niches, la tendance est en train de bouger.

## *Savoir donner de soi*

Après avoir répondu à ces quelques questions, vous en savez un déjà un peu plus sur votre champ d'action. Et ce, quel que soit le domaine dans lequel vous allez agir. Désormais, il reste à voir le plus important : Vous. Votre site sera forcément le reflet d'une part de vous-même. Inutile d'aller vers l'aseptisé, le corporate, le tout lisse prémâché que l'on croise partout. Ce n'est pas avec cela que vous allez vous différencier et vous faire remarquer, surtout si vous vous lancez à titre personnel.

Cherchez votre style, votre façon d'écrire, d'embarquer vos lecteurs dans votre aventure. Donnez un peu de vous, ne vous cachez pas. Sinon, autant ne pas ouvrir un blog. En créant un site, vous prenez la parole. Si c'est pour dire la même chose que les autres, asseyez-vous, taisez-vous et écoutez les.

Au contraire, si vous avez des avis, des opinions, des idées, une envie différente d'aborder certains sujets, lâchez-vous ! C'est le bon moment, et votre site est le meilleur endroit pour cela. Vous pouvez dire bien des choses, il faut cependant y mettre la manière pour donner, à vos visiteurs, l'envie de revenir vous voir. C'est la tonalité de votre site, une part très importante dans la ligne éditoriale.

## *Que retenir ?*

Comme vous pouvez le constater, la ligne éditoriale est à la fois simple et confuse. Pragmatique et forcément subjective. Le plus important est que vous sachiez définir le cadre d'action de votre site. Rien ne vous empêchera par la suite de vous éloigner un tant soit de peu de ce cadre, tant que vous restez dans une sphère pas trop lointaine de la vôtre. Une seule chose est certaine : sans ce cadre, point de salut.

## *Créer du contenu*

Voici LA grande question que vous vous poserez à un moment ou un autre. Cette question, elle va vous hanter, elle va tourner dans votre tête des heures durant, elle va générer du stress, de l'angoisse, elle va vous prendre le chou !

Cette question, c'est où allez-vous trouver des idées pour créer des articles ? Au début, tout va bien, vous ne manquez pas d'idées. Donc, la rédaction ne devrait pas vous poser trop de soucis. Mais après quelques semaines, vous allez ressentir un premier essoufflement. Et là, si vous n'avez pas pris vos précautions, ça va être chaud.

Souvenez-vous, précédemment, lors du choix de votre nom de domaine, je vous ai dit de créer une liste d'expression clés, au bas mot une bonne cinquantaine. Je vous ai aussi recommandé de garder précieusement cette liste.

Je vais vous expliquer pourquoi. Cette précieuse liste contient donc un ensemble d'expression en rapport direct avec votre site. En la retravaillant régulièrement, vous avez là une mine extraordinaire d'idées pour créer du contenu !

En allant plus loin, prenez vos expressions, et écrivez, pour chacune, les questions qu'elle vous inspire. Vous pouvez répéter la chose à l'infini. La cerise sur le gâteau, c'est qu'en procédant de la sorte, vous avez déjà la requête cible sur laquelle vous allez placer votre article. Ajoutez à cela deux ou trois tags (mots clés), pas plus, et le tour est joué.

Vous avez donc des idées plein votre liste, des expressions clés en pagailles, des requêtes prêtes à l'emploi. En travaillant régulièrement sur votre liste, à tête reposée, vous n'aurez plus jamais de trous.

Et si cela ne suffisait pas, je vous recommande de faire un tour sur les réseaux sociaux, ainsi que sur les sites concurrents, vous pourriez également faire le plein d'idées. Pensez à noter ce qui vous inspire sur votre liste.

Vous l'avez compris, cette liste, c'est votre véritable road book. En ce qui me concerne, je la conserve sur Evernote. Un logiciel gratuit, disponible sur Android, Mac, iOS, et Windows. De fait, que cela soit sur mon téléphone (Android) ou mon PC (Win7), ou encore mon iPad (iOS), j'ai toujours la possibilité de noter ce qui me vient à l'esprit, que je sois dans le train, le métro, en voiture, à pied, à la maison. J'ai une centaine d'idées en stock. De quoi voir venir ! Et vous ?

## *Les articles accrocheurs ?*

En lisant des guides gratuits et les formations de certains sur la toile, j'ai retenu qu'un bon article se décompose de la sorte :

Un titre qui accroche, du type « Comment faire ceci ou cela »

Un contenu de liste « 10 truc pour devenir riche ».

Bien. Et donc, avec ça, on serait au top. Et ma Grand-mère, demain, elle remporte le tour de France. Un bon article, c'est un bon article. Mais la notion de bon article est très subjective. Il est de coutume de dire qu'un article de qualité se doit de répondre à une question. Mouais. Il est des articles d'opinion, qui sont très bon, et ne répondent pas à une

problématique. Un bon article est un texte dont on peut vérifier la véracité. Raconter des conneries, ce n'est pas bon. Un contenu polémique peut aussi être un bon article. Les articles de liste aussi, mais n'en abusez pas ! A force, vous allez lasser vos lecteurs.

## Un style bien à vous

En ce qui me concerne, je défends la position qu'un bon contenu se doit d'être tout à la fois polémique, technique, curieux, critique. Donnez votre avis, prenez position, si vous n'aimez pas, vous avez le droit de le dire (pas de dénigrer). Trouvez un ton, une façon de parler, un style. Cela vous demandera du temps, pour autant, la différenciation de votre image et de votre contenu passe par un style personnel. Ne faites pas du « Le Monde » ou je ne sais quoi. La copie, cela reste du réchauffé. Personnellement, je me suis arrêté en troisième de collège (oui, ça se voit au travers des coquilles que je laisse trainer dans mes textes), toutefois, cela ne m'empêche pas d'avoir cherché ma façon d'écrire. Je n'ai vraiment pas envie d'écrire comme le voisin, aucun intérêt.

Petite astuce : Mettez du rythme dans vos écrits. Ne vous contentez pas d'empiler les mots, faites le chanter, danser, parfois rimer aussi ! Alternez les phrases courtes, longues, ne soyez pas monotone. Et relisez-vous. Si vous vous ennuyez en vous relisant, les autres s'ennuieront aussi. Faites votre maximum pour combattre cet ennui.

Dernier point sur le sujet, vouloir plaire à tout le monde, c'est vain. Vous ne pourrez pas. Essayez donc de plaire à un maximum de personnes, pour ce que vous dites, ce que vous êtes et ce que vous avez à offrir ou vendre. Mais ne vous reniez pas. Cela finira par vous desservir. Etre soi, assumer ses écrits, c'est aussi un très bon moyen de se rendre visible sur la toile. Ne gâchez pas cette chance.

# Le SEO

Ouvrir un blog et publier du contenu, c'est n'est qu'une étape. Il va vous falloir être présent au dehors de votre site. Sur les moteurs de recherche, sur les autres sites, sur les réseaux sociaux. Un travail quotidien sans lequel vous n'existerez pas.

## SEO ?

Voilà un terme que vous allez entendre tout au long de votre carrière de Web Entrepreneur, le SEO. Mais le SEO, c'est quoi ? A quoi ça sert ? Est-ce si important ?

Pivots parmi les plus importants pour votre site, Le SEO, pour Search Engine Optimisation, c'est l'ensemble des actions que vous allez devoir mener sur et en dehors de votre site afin d'améliorer votre positionnement dans les pages de résultats des moteurs de recherche.

### *Le SEO, science inexacte*

Le SEO n'est pas une science exacte, pour un simple et bonne raison : ce sont les moteurs de recherches, et eux seuls, qui savent comment fonctionnent leurs outils. Point. Le reste ? Ce sont des suppositions, sur lesquelles nous avons plus ou moins de certitudes. Néanmoins, ces dernières peuvent voler en éclats à tout moment, souvenez-vous Panda et Pingouin.

### *Le SEO pour le web entrepreneur*

Google peut donc modifier toutes les règles, quand et comme cela lui chante. Autant vous dire que ça complique singulièrement la tâche des professionnels du référencement.

Alors, en ce qui vous concerne, le métier de SEO n'est pas le vôtre, nous sommes bien d'accords. Mais il va falloir vous y plonger à minimum, sans cela, vous risquez d'avoir du mal à imposer votre site et votre marque sur du moyen/long terme.

Alors, comment allez-vous faire ? Lisez ! A ce titre, le bouquin d'Olivier Andrieux est un modèle du genre. J'ai lu la première version, et les conseils qui y sont prodigués sont encore très utiles à ce jour.

Vous devez impérativement comprendre que le référencement quelque chose de global. Il ne suffit pas de claquer quelques mots clés ici ou là et attendre que cela se passe. Il ne suffit pas de poster quelques commentaires ou réponse sur des blogs ou forums et attendre que cela se passe.

NOTE : Le SEO est un travail quotidien, un travail de fourmis, un ensemble qui se doit d'être cohérent. Vous ne pouvez espérer quoi que ce soit si vous laissez de côté cet aspect du net.

Il faut vous mettre en tête une bonne fois pour toutes que votre référencement commence avant même que votre site soit en ligne. La définition de votre secteur d'activité, mais aussi de votre cible, vont définir l'ensemble des expressions sur lesquelles votre site va devoir venir se positionner. Créer votre site, définir les objectifs, puis le SEO, c'est prendre le truc à l'envers. Comme réciter l'alphabet à l'envers. C'est possible, mais pas donné à tout le monde, essayez donc là pour voir, vous m'en direz des nouvelles.

### *Le SEO, c'est au quotidien*

Certes, cela fait un bon paquet d'éléments à intégrer tout de suite, d'où la nécessité de prendre un tant soit peu le temps de s'informer, de se faire aider aussi, afin de bien définir vos objectifs, de comprendre aussi comment tout cet univers fonctionne. A titre de comparaison, on ne prend pas le volant sans savoir conduire. Et si sur internet ce n'est pas votre peau qui est en jeu, c'est votre budget.

Le SEO, c'est donc un ensemble d'actions à mener, quotidiennement, afin de positionner votre site du mieux possible sur les pages de résultats des moteurs de recherches.

J'insiste lourdement sur « un ensemble d'actions » ainsi que la nécessité de définir vos objectifs et votre cible afin de dégager les expressions clés sur lesquelles vous devrez positionner votre site.



## STRUCTURER SON TEXTE NATURELLEMENT

En matière de référencement, étant donné que personne ne sait réellement comment fonctionne Google, il n'existe pas de certitudes absolues. C'est bien la seule vérité que nous sachions. Dans son mode d'emploi à destination des producteurs de contenus (donc vous et moi), Google préconise d'être le plus naturel possible dans sa stratégie.

### *Être naturel*

Etre naturel, c'est quoi ? C'est écrire normalement. Sinon, à chaque nouveau filtre ou resserrement des règles édictées par le moteur, vous allez prier très fort pour ne pas passer par la fenêtre. Certains sites ayant alors perdu plus de 50% de leur trafic. Oui, ça fait mal. Et quand cela touche une activité commerciale, je vous laisse imaginer la gueule du chiffre d'affaires.

Donc, être naturel, c'est d'abord ne pas chercher à faire la nique au moteur. A force de jouer au con, il arrive (très) souvent un jour où cela vous retombe dessus. Pour éviter cela, faites en sorte de produire un contenu intelligible pour le visiteur, et convenablement balisé pour le moteur.

### *Le balisage, charpente de votre référencement on site*

Balisé ? Oui, je vous parle ici de l'aspect technique de votre article, la partie que vous ne voyez pas. En effet, lorsque vous rédigez votre billet dans votre éditeur, celui-ci écrit automatiquement le code source qui lui est lié. Il ajoute ce que l'on appelle des balises HTML. Les balises servent à définir l'importance des mots dans un texte.

### *Du bon usage des balises*

Pour l'être humain, nous parlons de titre, sous-titre, intertitre, paragraphe, gras, italique, couleur. Tous ces éléments possèdent leur pendant en version HTML. L'emploi de ce balisage permet donc au moteur de « lire » votre contenu en identifiant de quoi il parle, et quels en sont les points importants.

Dans les faits, le titre de votre article sera balisé par le H1. Les sous-titres le seront par des balises du type H2, H3, H4, H5 et H6. Sachant que H2 indique un contenu plus important que H6. Dans WordPress, lors de l'utilisation de l'éditeur, vous utiliserez la mise en exergue avec Titre 1, Titre 2, Titre 3, et ainsi de suite. Les blocs de texte, les paragraphes, sont eux balisés avec la balise p.

D'un point de vue visuel, un titre H1 est souvent écrit en très gros, et nous allons en descendant crescendo. Le titre h2 plus gros que le titre h3, et ainsi de suite. En utilisant ainsi à bon escient vos balises, vous allez ainsi rythmer votre contenu et le rendre plus agréable à lire pour le visiteur. De son côté, le moteur ne sera pas oublié, puisque un

balisage correctement réalisé lui permet une meilleure interprétation de votre contenu. Votre article devient alors efficient.

Ensuite, vous pouvez utiliser le gras, l'italique et la couleur afin de mettre en avant des portions de phrases importantes pour la compréhension du texte par le lecteur. Vous aiderez aussi, à nouveau, le moteur à mieux saisir l'importance que vous souhaitez donner à ces mots. Attention ! Mettre du gras partout ne va pas vous aider. À trop vouloir mettre en avant, on ne voit plus rien, idem pour le moteur. Ce dernier pourrait interpréter cela comme de la sur-optimisation et vous infliger une pénalité en retour.

Lorsque vous utilisez le balisage, vous devez le faire avec cohérence. Les sous-titres doivent être en rapport avec le titre et le texte. Les mises en gras, italique, couleur, doivent renforcer le contenu du texte. Il n'est pas question de chercher des titres sans rapports directs avec votre contenu. Restez cohérent, c'est un très bon moyen d'être naturel aux « yeux » des moteurs.

### *L'idée de l'article*

Globalement, on a coutume de dire qu'un article sur internet se doit de développer une et une seule idée. À vous de jouer sur les synonymes, les corrélations, afin de donner du sens à vos propos, sans tomber dans la répétition à outrance, qui rendrait votre article illisible pour l'œil humain, et vous pénaliserait du côté des moteurs.

### *La mise en exergue des contenus*

Dans l'optique de renforcer l'idée du contenu que vous souhaitez faire passer au lecteur, vous pouvez aussi utiliser les blocs de citation afin de mettre en exergue une ou plusieurs phrases « périphériques », vous pourrez ainsi faire passer des idées et des mots forts. Visuellement, ces blocs seront également des repères et des îlots de respirations pour l'œil du lecteur. Ils peuvent ainsi remplacer avantageusement des images dans le corps de votre texte.

### *La notion de sémantique*

Lors de mon introduction, je vous parlais de sémantique. Si je devais faire une analogie, je dirais que la sémantique, c'est le ciment de votre texte. C'est le lien qui unit vos mots et permet ainsi la compréhension de cet ensemble. Une suite de mots sans lien entre eux, comme bonjour, voiture, ordinateur, sexe, chat, ventilateur, fauteuil, pour votre cerveau, cela ne veut rien dire. L'emploi du balisage avec les titres, les mises en exergue, tout cela se doit d'avoir un sens sémantique. Les différents éléments que vous allez ainsi mettre en avant se doivent d'avoir un rapport direct ou indirect entre eux afin de donner du corps à l'ensemble et renforcer sa compréhension par l'homme et le moteur.

### *Le maillage interne*

Enfin, pour soigner l'ensemble, il est recommandé d'utiliser des liens entre vos divers articles. En effet, définir un lien depuis l'article A vers l'article B va donner une indication importante au moteur. Elle va lui indiquer que l'article B est en rapport avec l'article A, il se peut que cela soit une critique, une antithèse, un complément d'information, bref, un contenu à valeur ajoutée pour l'article en cours. Cette indication donnée au moteur sera la même pour le lecteur. Cette technique porte le nom de maillage interne.

### *La distribution du jus*

Ainsi, nous permettons au moteur de pouvoir naviguer notre site en profondeur, cela permet aussi de répartir le plus efficacement possible ce que l'on appelle le « jus ». Le jus, c'est l'importance d'une page dans l'index du moteur, sa force, son influence. En liant une page avec d'autres au cœur de notre site, on distribue un peu de ce jus à nos autres pages. Cela fonctionne aussi avec des pages en dehors de votre site. Site la page A de mon site page vers la page X d'un autre site, alors, ma page donne du jus à la page vers laquelle elle renvoie. D'où l'importance des liens entre sites et la difficulté à en obtenir. Surtout entre site du même secteur.

## **QUELQUES ASTUCES**

### *Soyez proche de vos lecteurs*

Lorsque vous rédigez votre contenu, la proximité avec vos lecteurs a son importance. C'est une des raisons qui fait que la PQR (Presse Quotidienne Régionale) résiste encore à l'érosion des journaux papiers. Les informations nous touchent, elles sont proches de nous. Bien plus que ce qu'il pourrait se passer à l'autre bout du monde où de la France.

Pour votre contenu, il vous faudra pouvoir répondre à ce principe. En premier lieu, répondez, au travers de vos articles, aux problèmes que vous avez-vous-même rencontrés, et comment vous les avez résolus. Ces situations, d'autres que vous vont les rencontrer, faites profiter les autres de votre expérience.

En évoluant, vous allez pouvoir obtenir de nouvelles informations en questionnant directement vos lecteurs, ce qui vous permettra de pouvoir conserver cette proximité très importante.

### *Ne focalisez pas sur les titres*

Sur un grand nombre de blogs, vous trouverez des articles pour créer des titres qui seraient accrocheurs, avec des méthodes sortis d'où ne se sait où. Ne focalisez pas là-dessus ! Bien sûr, votre titre devra être en rapport direct avec le contenu de l'article, le

contraire serait hérétique. Si vous pouvez y placer un mot clé, pourquoi pas.

Toutefois, écrire un titre accrocheur avec un article qui serait pauvre en contenu, cela n'a aucun intérêt. L'ensemble se doit d'être cohérent. Un bon article, un bon titre. Avant de penser au référencement, pensez avant tout à produire un contenu qui réponde aux attentes de vos visiteurs.

### *Utilisez la pyramide inversée*

Dans la mesure du possible, apprenez à utiliser les techniques d'écriture pour le web. Les internautes ne prennent pas toujours le temps de lire. Il faut donc savoir les retenir. Pour cela, votre premier paragraphe doit contenir l'essence de votre article, ce dont vous allez parler.

Ensuite, vous allez développer votre propos en allant dans le détail, en donnant des exemples. Je ne rappellerais pas ici l'importance de structurer vos articles avec les intertitres, les puces, les blocs de citations, et ainsi de suite.

Enfin, les informations secondaires trouveront leur place au bas de l'article, comme des liens vers des ressources externes, la bio de l'auteur, des liens vers des articles connexes au sein de votre site.

## TRAVAILLER AU-DELÀ DE VOTRE BLOG

Pour exister sur la toile, votre blog seul ne suffit pas. Tout du moins lors de ses premiers mois, années d'existence. Il va vous falloir mettre le nez à la fenêtre. Pour cela, vous avez plusieurs solutions qui s'offrent à vous.

### *Commentaires et forums*

En premier lieu, allez donc poster des commentaires sur les sites voisins du votre, concurrent ou pas, ces sites sont proches du votre dans la thématique, avoir quelques liens chez eux ne sera pas du luxe. De plus, c'est un très bon moyen de faire savoir aux visiteurs de ce site que vous êtes là. Ne vous souciez pas des questions de DoFollow ou non. Laissez cela pour les apprentis blogueurs. Ayez une approche naturelle de la chose. L'article vous parle, vous avez envie d'y réagir, faites le. Point. Le reste, laissez-le aux autres. S'ils ne comprennent pas qu'il est possible de récupérer quelques visiteurs en plus que le blog soit en dofollow ou non, c'est leur problème. Ne vous contentez pas de travailler uniquement pour les moteurs de recherche. Ce qui est intéressant dans cette démarche, je le répète, c'est la possibilité de grappiller quelques visiteurs supplémentaires pour votre site.

Vous pouvez en faire de même avec les forums. En participant plus ou moins activement à une plusieurs communauté sur un sujet connexe à celui de votre site, il est là aussi possible de récupérer un peu de trafic. Mais ne comptez pas gagner énormément de visites. Les administrateurs ont mis en place des systèmes pour éviter la fuite de trafic, et d'autres part, ne plus voir leur forum être des sources de liens pour les membres. Ce qui peut se comprendre, tant les abus furent nombreux. La réflexion vaut aussi pour les blogs.

### *Les articles invités*

Vous entendrez aussi beaucoup parler des articles invités. En deux ans, j'ai dû en faire deux ou trois, maximum, et chaque fois, l'impact fut faible. En termes de référencement, ce n'est pas mauvais, loin s'en faut. Question notoriété, je pense qu'entre aucune publication en dehors de mon blog et un article sur un blog à faible trafic, la différence est ténue. Si je pense que ce n'est pas vraiment mauvais, je pense aussi, et surtout, que ce n'est pas très utile. Toutefois, il m'arrive encore de me livrer à l'exercice, mais j'ai quelques conditions préalables. La plus importante, établir un contact humain entre le blogueur et moi. J'ai envie de savoir qui est en face, si je m'entends bien avec, et on voit, ensemble, ce qu'il est possible ou non de faire. Ce qui me permet surtout dans un premier temps d'avoir une personne au téléphone (ou sur Skype), et de parler un moment. Ce qui n'est jamais du temps de perdu, et peut déboucher sur d'autres formes d'échanges autour du blogging.

### *Annuaire et communiqués de presse*

Depuis les deux mises à jour de Google, Panda et surtout Pingouin, ces deux types de sites ne sont plus à la fête. Traqués et pénalisés par le moteur, être massivement sur ces sites peut être problématique pour vous. En effet, la punition pourrait aussi vous toucher. Faites attention à bien choisir là où vous allez vous inscrire. Pour cela, un site comme mynextseo peut être d'un grand secours.

### *Réseaux sociaux et veille*

La veille et les réseaux tels que Facebook et Twitter sont intimement liés. Ce sont des outils pour surveiller ce qui se passe sur la toile, mais c'est aussi un outil pour diffuser toutes les informations qui vous semblent pertinentes, et pas uniquement les vôtres ! En diffusant les informations d'autres sites, vous vous donnez une chance d'accroître votre visibilité. Et cette volonté de partage donnera aussi aux autres l'envie de partager vos propres articles. Double bénéfices : Le référencement naturel qui prend un coup de boost, et trafic ciblé accrue. Moralité ? Ne soyez pas égoïste, partagez, ouvrez-vous aux autres, le retour sera positif pour vous.

## AUTORITÉ ET NOTORIÉTÉ

Nous venons de tracer les grandes lignes de vos premiers pas en tant qu'entrepreneur sur la toile. Bien sûr, il existe d'autres solutions que d'avoir un site internet. Certaines personnes réalisent de bons chiffres d'affaires en vendant sur eBay, d'autres en travaillant exclusivement avec une mailing liste, et ainsi de suite.

J'ai volontairement axé ce document autour du blogging, puisque c'est le secteur au sein duquel je m'épanouis le plus. Je ne vends pas sur eBay, je serais donc très mal placé pour vous conseiller sur le sujet.

Il paraît que la réussite d'un blog se découpe en « Trois piliers ».

Autorité

Notoriété

Relation de confiance avec le lecteur.

### *La notoriété ?*

La notoriété, c'est quand on parle de vous, en bien de préférence. Mais pour cela, il faut être visible. Pour être visible, il faut se montrer, sur des forums, commenter sur des blogs, écrire des communiqués, être actifs sur les réseaux sociaux (pour de vrai, pas avec un compte en pilote automatique). Ah oui, là, vous avez mal au crâne. C'est du boulot. Que voulez-vous, on n'a rien sans rien.

Acquérir la notoriété peut prendre plus ou moins de temps, selon les personnes qui vont vous relayer, selon le temps que vous allez investir dans votre blog. Et puis, la notoriété, c'est une chose toute relative et difficilement quantifiable, surtout pour un site à faible trafic.

### *L'autorité ?*

Ah, ici, ça devient marrant. Pour Olivier Rolland, dans son ebook gratuit, l'autorité est parfaitement quantifiable. Elle se mesure au nombre de vos visiteurs et au nombre d'inscrits sur votre mailing.

Si je pars de ce principe, imaginons que demain, j'écrive un gros article bien nul ne contenant que des conneries. L'article, avec un peu de chance, sera repris par certains blogueurs, de là, le buzz va se faire. Mais ce sera un bad buzz, et tout le monde va se fouttre de ma gueule. J'aurais du trafic oui, mais pas parce que j'aurais dit un truc utile. Au contraire. J'ai donc une crédibilité proche du néant, et une autorité toute aussi vaine. Voyons plus avant cette notion d'autorité.

D'après une définition venant d'un dictionnaire en ligne, l'autorité c'est ceci :

Autorité, nom féminin

Sens 1 Droit ou pouvoir de commander, de se faire obéir.

Sens 2 Crédit, influence grâce à laquelle on se fait obéir, ascendant.

Sens 3 Personne, œuvre, opinion qui servent de référence, auxquels on reconnaît une valeur certaine.

### *Restez humble devant les chiffres*

Ici, c'est le sens 3 qui nous intéresse : « Personne qui sert de référence ». Dans le cas que je viens de citer, je suis une référence oui, mais de ce qu'il ne faut pas faire. Au même titre que les gurus et autres stars de la « formation » sont cités par l'ensemble des professionnels de la toile comme des exemples à ne pas suivre. Pour le pourquoi du comment, faites vos recherches sur la toile. Et sachez qu'il n'est nullement question de jalousie comme aimeraient le faire croire ces marketeux poussiéreux.

Note : Être une référence ne se décide pas, ce sont vos visiteurs, sur le long terme, ainsi que le nombre de liens pointant vers vous qui feront de vous une référence ou non.

Ensuite, le nombre d'abonnés au mailing. Là, c'est plus recevable. Si les gens s'inscrivent et suivent vos informations, c'est sans nul doute que vos écrits ont une valeur pour eux. Mais cela reste un nombre limité. Quand vous aurez des milliers d'inscrits, là, vous pourrez commencer à croire que vous êtes une personne influente. Et encore...

L'autorité, toute comme la notoriété sont des valeurs subjectives. Ne vous laissez pas griser par les nombres. Il est possible de leur faire dire un peu ce qui nous chante. Soyez humble.





# Générer du trafic

J'ai une question qui revient souvent sur 4h18. Le débutant se demande souvent comment générer plus de trafic. A cela, il n'existe pas une réponse ou une méthode, mais des dizaines, au bas mot. Néanmoins, pour faire venir l'internaute chez vous, encore faut-il qu'il sache que vous existez. Il vous faut donc être visible.

## *La veille*

Dans les pages précédentes, nous avons abordé le principe de la veille. Cette veille est importante. Partons du principe que vous allez relayer des informations qualitatives. Au fil du temps, vous allez vous imposer comme un point central pour qui souhaite obtenir des informations sur un sujet donné. Nous verrons quel outil utiliser dans le prochain chapitre pour gérer votre veille au mieux.

Cette position favorable deviendra aussi importante pour votre blog. En effet, les internautes qui suivront vos fils seront forcément, à un moment ou un autre, curieux d'en savoir plus sur vous. Que feront-ils alors ? Naturellement, ils viendront visiter votre site.

## *Qualifier l'internaute*

Cependant, dans un premier temps, il n'est pas obligatoire d'avoir un site internet pour mettre en place votre veille. Au contraire. Veiller va vous permettre de créer une communauté autour de vous et d'un ou plusieurs centres d'intérêts. En entretenant habilement et efficacement ce flux d'informations, que cela soit sur un site comme Scoopit ou encore via Facebook et/ou Twitter, vous allez qualifier votre audience.

Cette qualification sera primordiale au moment où vous lancerez votre site. Vous aurez déjà une base d'internautes qui vous suivront depuis quelques temps, vous serez connu, et peut-être même reconnu comme un informateur de qualité. Ce qui ne pourra qu'être un bon point pour le lancement de votre site.

## *Utilisez les commentaires à bon escient*

La veille pour aussi se pratiquer sous forme de commentaires sur d'autres sites. J'en parlais par ailleurs dans ce guide et je vais revenir dessus tout de suite.

D'abord, ne cherchez surtout pas les blogs en dofollow. Laissez cela aux apprentis marketeurs qui tentent désespérément de jouer les apprentis SEO sans rien n'y comprendre. La seule chose qui doit prévaloir dans votre choix de commenter ou non un article, c'est la qualité même de cet article. Pourquoi ?

Premièrement, participer à un débat, donner un avis, faire vivre un autre site que le sien, c'est toujours bon, que cela soit pour les idées qui vont en ressortir, ou que cela soit pour votre image. En commentant, vous créez de la visibilité autour de votre « marque ». Une marque se doit d'être visible, sans cela, elle meurt. Attention, je ne vous dit pas de commenter partout sur la toile avec un même nom.

Cette visibilité sera à la fois utile pour les moteurs mais aussi pour les internautes ! En étant présent, en occupant le terrain, là où certains refusent d'aller parce que leurs gurus ont dit « pas bien », vous allez récolter quelques visiteurs de plus. Pas des centaines, mais un peu ici, plus un peu là, au bout du compte, cela va compter. Ce sont autant de visiteurs que vous aurez, et que ceux qui suivent les formations des marketeurs n'auront pas. Un bon point pour vous.

Attention : Pensez à utiliser un nom ou pseudo unique sur tous les sites qui sont en corrélation avec votre activité. Cela permettra aux internautes de vous identifier rapidement. Créez également un Gravatar, petite image qui vous aidera à être identifié visuellement, le mieux est d'utiliser une photo portrait.

### *Soyez naturel, le retour*

Petite parenthèse sur l'aspect naturel des choses. En vous comportant normalement, à savoir, je lis un article qui me donne envie de réagir, et je le fait, vous créez une image propre. Celle d'une personne d'abord intéressée par ce qui se dit sur un sujet. En participant ainsi à des débats, vous faites preuve d'une ouverture d'esprit, vous êtes tourné vers les autres, vous donnez un sens au mot partage. C'est ainsi que vous contribuez à faire vivre les communautés des uns et des autres sur la toile. De la sorte, vous donnez une vraie chance à votre propre communauté d'exister et de faire, peu à peu, autorité.

Vouloir créer une communauté autour de soi, sans jamais participer réellement à ce qui fait autour de soi, c'est une hérésie, un égoïsme sans borne, qui peut fonctionner un temps, mais qui posera rapidement ses propres limites. N'oubliez pas qu'internet est vaste, vous n'en serez jamais le centre. Soyez donc humble, donnez de vous en participant à la vie d'autres sites que le vôtre.

### *Les réseaux sociaux*

Utiliser LinkedIn, Viadeo, ou encore Twitter et Facebook, voilà de très bonnes sources de trafic de qualité pour votre site. Encore faut-il que vous sachiez les utiliser à bon escient. Si, pour toute participation, vous vous contentez de poster des liens vers vos propres billets, n'attendez pas des miracles. Mais ne venez pas non plus dire que les réseaux c'est de la merde !

Encore une fois, il faut être « pro-actif », montrer de l'intérêt pour les autres, ces derniers vous le rendront bien en venant visiter votre site, et, cas échéant, le recommander à leurs propres réseaux.

Donner pour recevoir, encore et toujours. Il en est ainsi depuis que le monde est monde.

### *En résumé*

Pour générer des visites sur votre site, générez en premier lieu des visites pour d'autres sites que le vôtre avec votre veille et en participant à la vie d'autres blogs via les commentaires. Soyez actif sur les réseaux sociaux de votre choix.





# Monétisation

L'une des grandes tendances actuelles, c'est de gagner sa vie avec son blog. Voici quelques pistes pour commencer à dégager quelques revenus avec votre blog. Ce chapitre ne sera pas très long. Car il n'existe pas des centaines de solutions.

## *La publicité*

Les régies ne manquent pas ! Adsense, Tradedoubler, etc... Vous n'aurez pas de peine à trouver une régie publicitaire pour monétiser votre audience. Problème, les revenus de la publicité sur votre site sont intimement liés à votre audience. De fait, avec moins de 100 visiteurs par jours, n'espérez rien, si ce n'est moins d'une dizaine d'euros.

## *L'affiliation*

Qu'est-ce que l'affiliation ? Vous allez faire, sur votre site, la promotion d'un produit (plugins, thème, ebook, assurance, etc...) conçu par une autre personne. A chaque vente réalisée vous serez commissionné.

Là encore, les régies ne manquent pas 1TPE, clickbank, ejunkie. Dans le cadre de wordpress, certains sites proposent directement leur propre affiliation.

L'affiliation pose plusieurs problèmes : d'une part, la plupart du temps, les gains sont exprimés en dollars. Ensuite, en multipliant les produits, vous multipliez les sites, ce qui rend la lecture et le suivi de vos gains compliqué. Puis, les seuils de paiements varient d'un site à l'autre. Ce qui n'aide pas vraiment à savoir quand vous allez être payé. Enfin, les modes de paiements varient aussi, chèques, virement paypal.

L'avantage de l'affiliation ? Vous n'avez pas besoin d'un trafic fort et dense pour espérer vendre. IL suffit de trouver le bon argumentaire. L'affiliation est sans doute l'une des meilleures solutions, à condition de bien sélectionner vos produits.

## *L'article sponsorisé*

Des régies comme ebuzzing vous proposent de vous mettre en rapport (indirect) avec des annonceurs. Le problème, avec un trafic faible, vous n'obtiendrez rien. De plus, l'article sponsorisé n'est pas forcément bien vu par vos lecteurs.

Avant d'espérer dégager un revenu avec type de monétisation, il vous faudra acquérir un trafic fort et une bonne notoriété.



### *La vente de liens*

D'autres régies, comme Teliad, vous propose de mettre des liens en ventes. Le principe, vous déclarer un lien à vendre, vous définissez sa position (sidebar, footer,...) et vous le mettez en vente. La régie calcul le poids du lien à l'aide d'un algorithme maison, puis valide ou non votre proposition.

Si votre lien est accepté, il est mis en vente sur la place des marchés. Il vous faudra patienter. Vous n'avez aucun moyen de peser sur cette place des marchés.

## CRÉER VOTRE PROPRE PRODUIT (EBOOK, FORMATION)

Sans doute la meilleure solution. Je vous invite à lire le guide bonus, créer son ebook qui vous expliquera la démarche à suivre.

Avant de vous lancer dans la création de votre propre produit, une étude de marché est toujours la bienvenue. Si une telle étude n'est pas une garantie absolue, vous aurez au moins des réponses et de pistes à suivre.

Dans le premier volet de Guide du Blogueur Entrepreneur Efficace, j'ai abordé avec vous la question du choix. Pour rappel, entreprendre, c'est savoir faire des choix. Mais ces choix, vous ne devez pas les faire n'importe comment.

Choisir une option plus qu'une autre, c'est comprendre les implications liées. Lorsque vous prenez une décision, quelle qu'elle soit, celle-ci aura forcément un impact. Quel est cet impact ? Quelles en seront les conséquences ? Vous ne pouvez pas ignorer ces aspects.

Dans ce second volet, nous allons aborder la création de votre ebook. De prime abord, rien de bien compliqué. Il s'agit de texte mis en forme, compilé au format PDF, et vendu en ligne via Paypal. Point.

Ça, c'est la théorie la plus basique. Nous allons voir ensemble que le montage et la vente d'un ebook sont plus complexes qu'il n'y paraît.

Nous allons voir comment concevoir le contenu de votre ebook, sa hiérarchisation, nous allons voir comment le mettre en forme afin de proposer un document très professionnel, puis, nous verrons comment le vendre sur votre site et vous protéger des téléchargements frauduleux.

### *En quoi diffuser un ebook peut-il être utile ?*

Vous allez créer un ebook. Bien ! Pour le diffuser, deux solutions s'offrent à vous. L'offrir ou le vendre. Comment choisir ? Là, il n'existe pas de méthode miracle, c'est à vous de décider. Je vais néanmoins vous donner quelques conseils.

#### *Premier cas*

Votre blog est tout beau tout neuf. Vous avez prévu de le monétiser. Pour cela, logiquement, vous aurez besoin d'une base de prospects bien garnie afin de travailler et vendre vos produits. Pour cela, il va falloir qualifier votre liste. A savoir, récupérer des adresses mails de personnes potentiellement intéressées par le sujet que vous traitez.

Malheureusement, dans la vie, on n'a rien sans rien. Et cette liste de prospection, il faut la construire. De quelle façon ? Soit vous mettez un formulaire d'inscription sur votre site, et vous attendez que cela se passe. Soit, vous poussez au crime ! Comment ? Avec un petit cadeau bonus. Le quel ? Votre ebook !

En offrant un ebook de grande qualité (contenu et visuel) vous allez pouvoir rapidement construire une liste exploitable. Pour votre ebook, ne vous contentez pas du médiocre ! Marquez tout de suite votre différence avec un document ciselé, qui soit à la fois beau à regarder, et utile en termes de contenu. Cet ebook sera votre ambassadeur, il devra donner l'envie aux lecteurs de parler de vous, d'une part parce qu'ils en auront pris plein les yeux, de deux, parce que le contenu sera fort. Ne soyez pas médiocre, et écrasez tout de suite la concurrence, placez-vous immédiatement comme une ressource fiable, incontournable. Non seulement, les visiteurs ne regretteront pas de vous avoir filé leur mail, mais en plus, ils seront encore plus attentifs à vos futurs messages ! Vous y gagnerez sur toute la ligne.

Ne soyez pas médiocre, préparez-vous à devoir apprendre la technique, à vous surpasser. La technique, cela s'apprend. Il suffit de le vouloir. Vos ambitions méritent bien cela. Ce n'est pas en visant le bout de la rue que vous irez loin. C'est une vérité connue, c'est enfoncer une porte ouverte, mais vous êtes encore trop nombreux à reculer devant la technique. Cela s'apprend ! C'est une question de volonté. Si vous ne l'avez pas, refermez ce document, et passez à autre chose.

## *Second cas*

Vous avez un site bien installé dans le paysage. Et vous comptez le monétiser. En cela, l'ebook peut être un allié utile, vous pouvez me croire sur parole. Mais plus encore que pour un document gratuit, vous allez devoir vous surpasser. La vente ne tolérera pas l'à peu près. Tout devra être à sa place, les idées claires, posées, le déroulé parfait, le message net. Peu importe le prix, visez haut dans la qualité du contenu, dans le visuel, impactez tout de suite vos clients, et au passage, donnez quelques sueurs froides à la concurrence.

Vous allez pouvoir vous appuyer sur une communauté, la vôtre, déjà bien en place, c'est une chance. Pour peu que vous ayez bien bossé, vous avez déjà une liste de prospect qui est bien fournie. Elle sera la bienvenue pour le lancement de votre ebook.

Dans la dernière partie de ce document, nous verrons les solutions techniques qui s'offrent à vous pour vendre votre ebook en toute sécurité, sans craindre qu'il ne soit diffusé à tour de bras sur le net. Bien entendu, ces solutions vous vous demander un investissement financier. Rassurez-vous, il est ici question d'une centaine d'euros. Un investissement (et non coût) vite amortissable.

Dans le petit monde de l'ebook, au vu du grand nombre de documents que j'ai téléchargé et lu, je peux faire le constat global suivant :

- A- Le contenu est mal organisé
- B- La mise en page est pauvre
- C- Cela ne donne pas envie de lire

Très récemment, j'ai eu deux ebook à lire. Chacun d'entre eux contenait 70 pages. Ce qui pour un document PDF n'est pas rien. A première vue, il y a du contenu. J'ai donc pris le soin de lire, puis de survoler les dits documents.

Pourquoi survoler ? Parce que la mise en page façon traitement de texte, pleine page A4 est épuisante pour l'œil. Parce que 70 pages pleine de textes, sans couleurs, sans mise en page, c'est d'un lassant. Un mode d'emploi à côté de cela ressemblerait à une œuvre d'art.

Sans parler que l'intégralité du contenu n'est traité d'une façon monolithique. Difficile de savoir de ce qui revêt de l'important ou non. Autant dire que pour trouver une information, il faut chercher. A 17 et 27 euros pour chacun, autant dire que si j'avais dû payer, la pilule ne serait pas bien passée.

### *Le plan par écrit*

Lorsque vous allez commencer la rédaction de votre document, vous vous devez d'avoir un plan précis. C'est ce plan qui sera votre guide, votre juge de paix, votre boussole. Ce plan ne doit pas être dans votre tête. Il doit être écrit. Sur un cahier, sur un logiciel comme Evernote, peu importe où et comment, il doit être écrit. Vous avez besoin de votre cerveau pour créer du contenu, et non pour penser et repenser votre plan au fil de votre rédaction.

Si une idée nouvelle vous vient pendant l'écriture de votre document, notez-la sur votre plan. Vous ne la perdrez pas, et vous aurez ainsi l'esprit tout à votre travail.

Le fait d'avoir votre plan par écrit va donc vous libérer l'esprit, mais il va aussi avoir un deuxième effet. Celui de vous mettre votre projet d'ebook sous les yeux. Ah, le projet. Tiens, on y revient. Encore et toujours le projet. C'est barbant de le retrouver un peu partout celui-là. Peut-être, mais que voulez-vous, un ebook, c'est ensemble de tâches diverses et variées, qui sont liées les unes aux autres. C'est donc un projet.

Vous avez donc votre projet sous les yeux. Bien. De là, vous allez pouvoir réfléchir, encore, et toujours. Pour aborder cet aspect de la réflexion, nous avons deux angles possibles.

A- Vous ne savez pas de quoi vous allez parler

B- Vous savez de quoi vous voulez parler

Nous allons traiter les deux cas. Comme ça, pas de jaloux !

### *Vous ne savez pas de quoi vous allez parler*

Très souvent, ce cas de figure se présente chez le blogueur qui souhaite monétiser son site. La vente d'un ebook apparaît souvent comme LA solution miracle. Peu coûteuse en temps et en argent, elle peut rapporter gros. Ce n'est pas faux. A condition de bien faire les choses. Car vous allez engager votre crédibilité et votre image de marque. Autant vous dire que vous n'avez pas le droit de vous louper.

De quoi allez-vous bien pouvoir parler dans cet ebook ?! Dans la logique des choses, vous devriez déjà avoir un blog. Celui-ci traite d'un sujet. Bien, de quoi parle-t-il ? Quelles sont les catégories de ce site ? Appuyez-vous donc sur le schéma existant afin d'avoir une

première trame de votre ebook. Ne cherchez pas à réinventer la roue. Vous allez vous perdre en route.

En vous appuyant sur ce que vous avez déjà écrit, vous allez gagner un temps précieux. De plus, votre expertise dans le domaine n'est plus à prouver. Votre site est là pour cela. Voici donc une belle occasion d'enfoncer le clou ! Ne vous en privez pas.

Si vous avez bien bossé, votre site doit dégager une structure, une hiérarchie. J'entends par là des catégories fortes, en termes de contenu, de visites, et des catégories moins fortes. Par ailleurs, dans ces rubriques, il est certainement des points que vous auriez aimé pouvoir développer plus avant, mais vous n'avez pas pu le faire pour x raisons. Voici le moment de vous y coller ! Vous ferez de votre ebook un excellent complément à votre site. Ce qui renforcera l'attrait de l'un et de l'autre.

Malgré tout, si vous n'arrivez pas à trouver un fil conducteur, il va falloir mettre le bleu de chauffe et ressortir le papier et le crayon, ou un logiciel de mind-mapping (carte heuristique ou mentale).

De là, vous allez mettre noir sur blanc toutes vos idées, tout ce qui vous passe par la tête, sans restriction aucune. Travaillez avec des expressions plus qu'avec des mots uniques. Les expressions peuvent comporter un ou plusieurs idées et ouvrir plus de portes sur des sujets potentiels à traiter.

Il vous appartiendra ensuite de laisser reposer le tout et de regrouper les expressions par idées maitresses. De la sorte, peu à peu vous obtiendrez le plan de votre ebook ! Magique non ? Non, justement. C'est tout simplement une façon efficace de sortir votre projet de votre tête, de le visualiser et de vous l'approprier.

Dans les deux cas, restez collé le plus possible au sujet de votre site. Votre ebook devant y être vendu, il serait idiot de traiter un sujet à l'opposé de celui de votre site.

Trouver le sujet de l'ebook n'est, en soit, pas le plus compliqué dans le processus de création global du document. Le plus dur reste à venir avec d'une part la rédaction, et d'autre part, la mise en forme et la production du fichier final.

## Le rédactionnel

Vos idées sont au claire. Il est donc temps de passer à l'aspect le plus long, et pour beaucoup d'entre vous, le plus rébarbatif, la rédaction.

Dans un ebook, au contraire de votre site, vous allez pouvoir vous étaler sur les sujets à traiter. Ce qui est aussi un drôle de piège. En effet, en ayant toute latitude pour traiter d'un point, vous pouvez être tenté de vous éparpiller en chemin, de fait, vous allez aussi perdre vos lecteurs, et votre message ne passera pas, ou très partiellement. Ce n'est pas le but. Alors, si pour vous le but unique est de vendre votre ebook, passez votre chemin. Il vous faut voir un peu au-delà. A savoir, apporter un document qualitatif, un document qui apporte des réponses à une ou plusieurs questions que les lecteurs pourraient se poser. Ce qui implique d'avoir un rédactionnel clair, précis, avec un déroulé de vos idées aussi logique que possible.

En ce qui me concerne, j'ai pris le parti de garder le même style d'écriture que sur mon

blog. D'une part parce que c'est moi, de deux, c'est une façon d'écrire dans laquelle je me sens parfaitement à l'aise, de trois, je n'avais pas envie de changer. J'aime avoir un style simple, direct, parfois familier, un style qui soit à la portée de tout le monde, et qui impacte un tant soit peu le lecteur.

J'utilise mon écriture comme un élément différenciateur par rapport à la concurrence. Je ne vais pas commencer à vouloir écrire comme tout le monde, sur un ton professoral, qui d'une part ne serait pas moi, et qui d'autre part ne me démarquerait pas des autres. En terme marketing, en ce qui me concerne, du visuel à la lecture, il faut absolument que le lecteur sache qui est derrière ce qu'il est en train de lire.

L'écriture est une sorte de signature marketing de l'auteur. C'est pour cette raison que certain écrivain percent, d'autres non. Le style que vous allez utiliser est donc important. Comme toute technique, soit vous l'avez de façon innée, soit il va vous falloir trouver votre ton, vos mots, vos tournures de phrase.

Inutile de vouloir copier ! Vous allez vous planter en beauté. Inspirez-vous de, mais ne reproduisez pas. Dans mon cas, je n'ai jamais cherché à recopier qui que ce soit, je ne lis pas assez de livres autres que techniques pour cela.

J'ai simplement lu et relu ce que j'écrivais. Tant que je trouvais cela emmerdant, je recommençais. J'ai noirci quelques pages, flinguées et oubliées quelques idées sur le bord de la route.

Il est important pour moi que l'idée passe, frappe, impacte, interroge le lecteur. Malgré tout, je ne plais pas à tout le monde ! Vous non plus, vous ne pourrez pas plaire à tout le monde.

L'important c'est d'une part d'être en accord avec ce que vous vous ressentez. C'est vous qui écrivez. Pas quelqu'un d'autre. Cet ebook, c'est votre travail, votre vision, vos idées.

Vous pourrez vous faire aider, pour les sens des phrases, la lourdeur de tel ou tel passage, la grammaire, l'orthographe. Le style, la façon dont vous allez délivrer votre message, c'est un travail qui vous appartient. Vous pouvez, à chaque fin de page, relire votre texte à voix haute et analyser le résultat. Est-ce que ce que vous vouliez dire passe bien, ou pas ?

Travaillez votre style, faites-vous lire et relire, et donnez-vous un peu de temps pour trouver votre style.



*Nous arrivons au terme cet e-book. Au cours de 60 pages, je me suis efforcé de vous apporter une approche pragmatique et professionnelle du blogging.*

*Par professionnelle, j'entends rigoureuse, propre, axée autour d'un objectif précis, définis par vos soins. Je vous remercie de votre lecture, en espérant que cette lecture vous aura apportée des éléments de réponses.*

*Je vous invite désormais à me retrouver sur [4h18.com](http://4h18.com), et pour celles et ceux qui souhaitent pousser plus avant leurs connaissances, retrouvez moi sur [weareblogger.com](http://weareblogger.com), le premier évènement blogging en ligne toute l'année.*



**NOTE IMPORTANTE :**

**CE DOCUMENT EST ENTIÈREMENT GRATUIT.**

**JE VOUS INVITE, SI VOUS L'AVEZ APPRÉCIEZ, À LE  
DIFFUSER AUPRÈS DE VOS PROPRES RÉSEAUX.**

**IL VOUS EST SIMPLEMENT DEMANDÉ DE LE DIFFUSER  
TEL QUEL, SANS EN MODIFIER QUOI QUE CE SOIT.**