

FICHE TECHNIQUE

CRÉER UN BLOG PROFESSIONNEL

Un moyen pertinent pour se faire connaître



Un excellent moyen de
montrer votre expertise à
vos prospects et à votre
communauté !

Mettre en place et tenir un blog peut sembler de prime abord fastidieux et chronophage. Mais c'est surtout une excellente façon de montrer à vos prospects votre expertise dans votre domaine d'activité! Cela peut être également un moyen d'élargir votre communauté en lui proposant des solutions concrètes aux problèmes qu'elle rencontre. Les articles de blog permettent également d'augmenter le trafic vers votre site car c'est un outil idéal pour travailler votre référencement naturel. Ils permettent également d'améliorer votre positionnement dans les moteurs de recherche. En relayant vos articles via les réseaux sociaux, vous démultipliez les possibilités de partages et vous augmentez votre visibilité!

Le blog, outil pour asseoir son expertise

Par votre expérience professionnelle, vous avez acquis des compétences et un savoir-faire que vous souhaitez mettre à disposition de clients. Mais comment les convaincre que vous êtes apte à leur apporter la plus-value qu'ils recherchent? En leur montrant votre expertise! Les articles de blog sont très utiles pour montrer aux prospects que vous connaissez votre sujet sur le bout des doigts et que vous êtes parfaitement capable de répondre à leurs problématiques.



Définir ses objectifs

Attention, on ne part pas dans la création d'un blog professionnel sans avoir au préalable réfléchi à sa fonction, sinon, c'est l'échec assuré! Ne vous lancez pas dans cette aventure sans avoir déterminer la raison d'être de ce blog: est-ce pour trouver de nouveaux clients? Pour partager vos connaissances? Pour en dégager des revenus? Pour donner des conseils à votre communauté?

Déterminer sa cible et ses besoins

A qui vont s'adresser les articles de votre blog? Des réponses à cette question vont découler bien des éléments qui vous aideront dans la construction de votre stratégie de publication. Quelles problématiques souhaitez-vous aider à résoudre? Vos lecteurs seront-ils des professionnels ou des particuliers? Par quels canaux vont-ils arriver jusqu'à votre blog (réseaux sociaux, newsletter...)? Identifier votre lectorat dès le début de votre blog vous permettra de rédiger les articles en fonction de lui.

Établir un calendrier éditorial

On l'a dit, un blog est chronophage! S'il n'est pas régulièrement mis à jour, il perd son intérêt et cela porte également un coup à votre image professionnelle. Pensez dès l'ébauche de votre blog au rythme de publication que vous êtes capable de tenir et respectez-le. Faites une liste d'idées d'articles pour avoir toujours un peu d'avance. Planifiez une plage horaire dans votre semaine pour vous consacrer à la rédaction.

Commencer à rédiger!

Vous avez pris le temps de baliser votre projet de blog? Alors c'est le moment de se lancer! En planifiant une organisation rigoureuse, tenir un blog se révèle moins chronophage qu'il n'y paraît et vous permettra d'attirer vers votre site internet une communauté plus large et des clients potentiels qui découvriront à travers vos articles vos compétences.