

ALS BLOGGEN BUSINESS WORDT

Hoe haalt u **winst** uit uw blog?

Weinig mensen kunnen leven van hun blog, maar u kunt er wel een centje mee bijverdienen. Hier vindt u alvast enkele doeltreffende strategieën. Nu nog zorgen dat u genoeg lezers aantrekt.

LARA VAN DIEVOET

“Nee, de blog is niet dood”, benadrukt Clo Willaerts, auteur van *Het conversy model*. *Winst maken met social media* en hoofd van de afdeling sociale media bij Sanoma. “Facebook en Twitter worden weliswaar steeds dominanter, maar blogs doen het nog altijd uitstekend. En de zoekmotoren zijn er dol op, want blogs worden geregeld bijgewerkt en verwijzen vaak door naar andere blogs.”

Blogs zitten in een overgangsfase. Ze worden professioneler en er ontstaan gespecialiseerde gemeenschappen in allerlei domeinen: koken, mode, nieuwe

technologieën, fotografie... Want vaak is het een uit de hand gelopen hobby die iemand ertoe aanzet om een blog te beginnen. “Ik denk niet dat geld verdienen de voornaamste drijfveer is van bloggers. Ze willen vooral hun interessesfeer delen”, zegt Caroline Maerten, hoofd van de afdeling social media bij adviesbureau Cleverwood. Al zien ze de eventuele winst vaak als een welverdiende beloning.

Er bestaan verschillende manieren om winst te halen uit een blog. Het komt er uiteindelijk altijd op neer dat u voldoende lezers moet trekken, zoals bij elke vorm van journalistiek. De winst is namelijk niet evenredig met de geïn-

vesteerde tijd, maar met het aantal dagelijkse bezoekers. “Maak je geen illusies: om van een blog te leven, moet je een kolossaal aantal bezoekers trekken”, zegt Olivier Beaujean, medeoprichter van Cleverwood.

Reclame-inkomsten

Reclame is de meest voor de hand liggende inkomstenbron, zegt Beaujean. Sommige bloggers onderhandelen rechtstreeks met de adverteerders en leven van sponsoring of partnerschappen. Maar de meesten vertrouwen het beheer en de publicatie van advertenties toe aan reclameregies. “Het proces is vrij makkelijk te organiseren omdat

het geautomatiseerd is: de blogger krijgt campagnevoorstellen, die hij al dan niet aanvaardt.” Onder meer journaliste Alexandra Vanthournout hanteert dit systeem op haar blog Alex Loves. “Ik begin nu stilaan geld te verdienen aan de reclame. Over enkele maanden hoop ik er mijn beroep van te kunnen maken”, verklaart ze.

Gesponsorde posts

Naast klassieke reclame bieden bedrijven bloggers ook geld voor posts die hun producten en diensten aanprijzen. De vergoeding wordt berekend op basis van het aantal lezers en de naambekendheid van de blogger. “Ik krijg 100 euro per gesponsorde post”, zegt Florence Manente, alias Kreature. “In België vragen sommigen tot 250 euro.” Slechts een deel van de bloggers leent zich tot dat spel van publiereportages. Vanthournout is er alvast tegen. “Ik vind dat ongepast. Ik wil het stijlvol houden en trouw blijven aan mijn eigen waarden.” Eerlijkheidshalve maken de meeste bloggers er hun lezers wel op attent dat het om een reclameboodschap gaat. “Er bestaat een soort ethiek onder bloggers dat je zoiets moet vermelden”, zegt Manente.

Netwerken en commissies

Ook op zogenaamde *affiliate*-netwerken krijgt u een vergoeding van de bedrijven die u vermeldt. De blogger ontvangt een vast bedrag per klik of

De tips van Clo Willaerts



1. Registreer uw eigen domeinnaam en zorg zo mogelijk voor uw eigen server, zodat niemand uw content kan wissen.
2. U bent niet verplicht om vijf keer per dag te bloggen, zelfs niet elke dag. U kunt een pauze nemen van een maand als u dat wilt. Maar daarna moet u de draad weer opnemen.
3. Doorzetten is de boodschap: de meeste blogs beginnen pas succes te krijgen na minstens twee jaar.
4. Gebruik bij voorkeur Wordpress of Drupal, platforms waar u optimaal gebruik kunt maken van sociale media en zoekmotoren. Elk bericht krijgt zijn eigen URL en kan makkelijk gedeeld worden via Facebook of e-mail.
5. Zorg ervoor dat de inhoud van uw blog automatisch gepubliceerd wordt op Facebook en Twitter. Als u niet meteen weet hoe u dat moet aanpakken, vindt u wel een bereidwillige geek om die klus voor u te klaren.
6. Vermijd de term blog en het werkwoord bloggen. Een paar jaar geleden verstuurden bedrijven en particulieren nog persberichten met als titel “We bloggen!”. Vandaag blogt iedereen.

een commissie, meestal beperkt in de tijd, op onlineaankopen van gebruikers na hun bezoek aan de blog. “Mensen vroegen me voortdurend waar ze de kleren konden kopen die ik op mijn blog presenteerde”, vertelt ex-model Charlotte Collard. “Voortaan voeg ik links in naar onlineshops waar mijn lezers alle kleren en accessoires vinden die ik uitkies.” Dankzij het *affiliate*-systeem krijgt ze gedurende één maand 6 tot 10 procent commissie op alle aankopen van haar lezers op de vermelde sites. “Omdat mijn blog zich

toespitst op luxeartikelen, geven mijn lezers soms tot 6000 euro uit. Het levert me dus een interessante commissie op.”

Onlineverkoop en -herverkoop

Artikelen of creaties verkopen via een blog is ook een manier om van thuis uit een zaakje uit te bouwen, weet Willaerts. Zo heeft blogster Letilor een ‘dressingverkoop’ toegevoegd aan haar blog. “Ik heb me gespecialiseerd in mode voor vrouwen met een maatje meer. Dankzij de naambekendheid die ik door



CHARLOTTE COLLARD is mode- en edelsteenconsulente.
www.ccblog.cc



ALEXANDRA VANTHOURNOUT is een Belgische freelancejournaliste die in Londen woont.
www.alexloves.com



FLORENCE MANENTE is social media editor bij Sheepstudio en zelfstandig consulente.
www.kreature.be



LETIZIA C. is gespecialiseerd in “mode voor meisjes met een maatje meer”.
letilor.blogspot.com



MÉLANIE VOITURIEZ verkoopt haar creaties op haar blog Mes Petits Riens.
mylittlenothing.canalblog.com

➔ mijn blog heb verworven, kan ik mijn kleren tweedehands verkopen. Rijk word ik daar niet van: ik verdien er hoogstens 350 euro per maand mee. Maar ik kan wel elk seizoen 60 procent van mijn garderobe vernieuwen.” Fashionista Mélanie Voituriez begon met een eigen blog om haar creaties te tonen. “Er meldden zich potentiële klanten, dus begon ik bepaalde stuks te verkopen en kreeg ik bestellingen binnen. Ik verdien gemiddeld 500 euro per maand.”

De blog als vitrine

Maar blogs leveren ook indirecte inkomsten op. “Als je schrijft over thema’s waarin je gespecialiseerd bent,

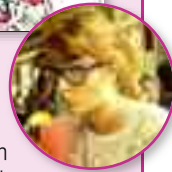
“Dankzij mijn blog heb ik mijn relatienetwerk uitgebouwd en bewijs ik mijn nut voor de magazines waarvoor ik werk”

zoals fotografie of architectuur, kun je een heel ruim publiek bereiken en bewijzen dat je een expert in je domein bent”, vervolgt Willaerts. Vanthournout begon ongeveer een jaar geleden te bloggen, toen ze naar Londen verhuisde. “Vandaag beleef ik een droom: ik word zowaar uitgenodigd op Chanel-defilés. Dankzij mijn blog heb ik mijn eigen relatienetwerk uitgebouwd en bewijs ik mijn nut voor de Belgische magazines waarvoor ik werk.” Collard, die zich omschoolde tot modeconsulente, gebruikt haar blog als vitrine. “Op die manier kunnen de mensen zien hoe ik werk, wat mijn smaken zijn, hoe ik mijn kleren ontwerp enzovoort. Ik zie dat als een manier om mezelf te promoten.” ©

Win het vertrouwen van uitgevers

“Vier jaar geleden lanceerde ik mijn stripblog omdat ik het leuk vond om mijn leven te vertellen op het internet”, aldus Maureen Wingrove, bijgenaamd Diglee, een 22-jarige illustratrice uit Lyon. “Ik kwam in contact met twee bekende illustratrices, Pénélope Bagieu en Margaux Mottin, die over mij spraken op hun blogs. Hun steun gaf me een grotere zichtbaarheid. Op den duur had ik 9000 bezoekers per dag. Uitgevers kregen interesse voor mijn werk en sommigen schonken mij hun vertrouwen. Vorig jaar stelde uitgeverij Marabout mij voor om een boek te publiceren op basis van de illustraties op mijn blog: *Autobiographie d'une fille GAGA*. Sindsdien heb ik het drie keer zo druk als vroeger en ben ik de hele tijd bezig. Ik kan goed leven van mijn illustraties en mijn blog begint geld op te brengen uit reclame. Met 13.000 bezoekers per dag verdien ik tussen 400 en 1800 euro per maand. Alles hangt af van het aantal kliks, het soort reclame, het aantal advertenties... Dat betekent echter niets in vergelijking met wat modeblogsters kunnen verdienen die meer dan 60.000 bezoekers per dag krijgen en ingeschreven zijn bij drie verschillende reclameregies. Bloggen is hun beroep.”

diglee.com



Een cityblog wordt een bedrijf

In 2009 hield Fany Péchiodat het voor bekeken op de marketingdienst van L'Oréal en lanceerde ze My Little Paris. Met haar team, dat steeds verder uitbreidt, verzamelt ze op haar blog nuttige tips, restaurants en leuke adresjes in de Franse hoofdstad. Dankzij een nieuwsbrief met maar liefst 200.000 abonnees is de blog uitgegroeid tot een heus bedrijf. Twee keer per week krijgen de abonnees een korte nieuwsbrief in hun mailbox, met daarin een goed adresje of een leuk weetje. Daarnaast krijgen ze gesponsorde boodschappen. “We sturen e-mails in samenwerking met merken om hun producten en diensten aan te prijzen. We stellen die mails zelf samen en kiezen de onderwerpen in overleg. We worden daarvoor vergoed, maar doen het wel op onze manier. En de mails krijgen altijd de titel ‘partner e-mail’.” Reden genoeg om adverteerders aan te trekken, goed voor gemiddeld 30.000 euro per reclameactie. “Onze cijfers zijn vertienvoudigd. Onze klikratio ligt nu tien keer hoger dan die van de andere webmedia.” Het team breidde intussen zijn aanbod uit en creëerde ook My Little Lyon, My Little Marseille, een versie voor mannen genaamd Merci Alfred, een nationale editie My Little en tot slot My Little Wedding, met info voor toekomstige trouwers. iPhone- en iPad-applicaties, plus een boek met de favoriete Parijse adressen van het team, maken het aanbod compleet.

www.mylittleparis.com

