

QUAND BLOGUER DEVIENT UN « BUSINESS »

# Comment rentabiliser votre blog?

S'il est rare de pouvoir vivre d'un blog, on peut néanmoins très bien arrondir ses fins de mois grâce à ce type de chroniques numériques. Quelques pistes efficaces, pour peu que les lecteurs soient au rendez-vous.

LARA VAN DIEVOET

« Les blogs ne sont pas morts! », affirme Clo Willaerts, auteur de *The Conversy model. Making money with social media* et directrice du département des médias sociaux de Sanoma, qui insiste: « Bien sûr, Facebook et Twitter prennent de plus en plus de place, mais les blogs ont toujours du succès. Et les moteurs de recherche adorent les blogs: ces derniers sont en effet mis à jour régulièrement et renvoient à leur tour vers d'autres blogs. »

Les blogs sont donc en phase de transformation. Plus professionnels, ils sont organisés en véritables communautés

de blogueurs spécialisés dans des domaines aussi variés que la cuisine, la mode, les nouvelles technologies ou la photographie. Car souvent, l'envie de bloguer naît d'une passion. « Je ne crois pas que la motivation principale du blogueur soit de gagner de l'argent, mais plutôt de partager un centre d'intérêt », observe Caroline Maerten, qui dirige l'unité des médias sociaux de Cleverwood, une entreprise de conseil en nouveaux médias. Mais les bénéfices éventuels sont souvent perçus comme une récompense méritée.

On peut rentabiliser un blog de différentes manières. Au final, il faudra néanmoins veiller à attirer un nombre

important de lecteurs, à l'instar de n'importe quelle autre forme de journalisme. Car le gain financier n'est pas proportionnel au temps investi, mais au nombre de visites quotidiennes. « Il ne faut pas se faire d'illusion: pour rentabiliser un blog au point de pouvoir en vivre, il faut avoir un nombre de visiteurs colossal! », lance Olivier Beaujean, cofondateur de Cleverwood.

## Revenus publicitaires

« La publicité constitue la source de revenus la plus évidente », estime Olivier Beaujean. Certains blogueurs traitent directement avec les annonceurs et fonctionnent grâce au sponsoring ou

aux partenariats. Mais la plupart d'entre eux confient la gestion et la publication des annonces à des régies publicitaires. « Le processus est relativement facile à mettre en place, parce qu'il est automatisé: le blogueur reçoit des propositions de campagnes et a le choix de les accepter ou pas », détaille Olivier Beaujean. C'est le système utilisé par la journaliste Alexandra Vanthournout sur son blog, « Alex Loves ». « Je commence à gagner de l'argent grâce à la publicité. J'espère pouvoir en faire mon métier d'ici quelques mois », confie-t-elle.

## Des « posts » sponsorisés

Au delà de la publicité classique, les entreprises proposent aux blogueurs la rédaction de *posts* rémunérés, qui vantent les mérites de leurs produits et services. La rémunération est calculée en fonction du nombre de lecteurs et de la notoriété des blogueurs. « Je reçois 100 euros par *post* sponsorisé », explique Florence Manente, dite Kreature. « Mais, en Belgique, je sais que certains demandent jusqu'à 250 euros. » Seule une partie des blogueurs se prête au jeu des publiereportages. Alexandra Vanthournout, par exemple, s'en défend. « C'est inapproprié. Je veux garder un certain style et rester fidèle à mes valeurs », argumente-t-elle. Par souci d'honnêteté, la majorité des blogueurs indiquent d'ailleurs à leurs lecteurs quand s'agit d'un message à caractère publicitaire. « Il existe une sorte d'éthique entre blogueurs: on doit

## Les conseils de Clo Willaerts



1. Ayez votre propre nom de domaine. Et, si vous le pouvez, votre propre serveur. Personne ne pourra effacer votre contenu.
2. Vous n'êtes pas obligé de bloguer cinq fois par jour, ni même tous les jours. Vous avez le droit de prendre un break d'un mois, si vous le souhaitez. Mais n'oubliez pas de revenir sur votre blog.
3. Persévérez: la plupart des blogs ne commencent à avoir du succès qu'après deux ans au moins.
4. Utilisez de préférence Wordpress ou Drupal. Ces plateformes permettent une utilisation optimale des médias sociaux et des moteurs de recherche. Chaque *post* aura son propre URL et pourra être partagé facilement via Facebook ou par e-mail.
5. Arrangez-vous pour que le contenu de votre blog soit publié automatiquement sur Facebook et Twitter. Si vous ne savez pas comment faire, trouvez un gentil *geek* qui programmera cela pour vous.
6. N'utilisez jamais le terme « blog » et le verbe « bloguer ». Il y a quelques années, les entreprises et les particuliers envoyaient des communiqués de presse intitulés « Nous bloguons! » Aujourd'hui, tout le monde blogue.

le mentionner », insiste Florence Manente.

## Affiliation et commission

Les plateformes d'affiliation permettent également d'être rémunéré par les marques dont on a renseigné les produits. Le blogueur perçoit alors soit une rémunération fixe par clic, soit une rémunération, souvent variable et limitée dans le temps, sur les achats effectués en ligne par les internautes à la suite de leur visite sur le blog. « On me demandait tout le temps où acheter les tenues que je présentais sur mon blog », explique l'ex-mannequin Charlotte Col-

lard. « Maintenant, j'indique des liens vers les boutiques en ligne où mes lectrices peuvent trouver les différents vêtements et accessoires que je sélectionne. » Grâce à l'affiliation, elle perçoit une commission de 6 à 10% sur tous les achats effectués par ses lecteurs sur les sites renseignés. Et ce, durant un mois. « Comme mon blog est axé sur le luxe, mes lectrices dépensent parfois jusqu'à 6.000 euros. La commission est donc intéressante. »

## Vente et revente en ligne

« Vendre des objets ou créations via un blog permet également de monter



**CHARLOTTE COLLARD** est consultante en stylisme et gemmologie. Son blog de mode de luxe: [www.ccblog.cc](http://www.ccblog.cc)



**ALEXANDRA VANTHOURNOUT**, journaliste freelance belge installée à Londres, dévoile ses coups de cœur sur [www.alexloves.com](http://www.alexloves.com)



**FLORENCE MANENTE** est « social media editor » chez Sheepstudio et consultante indépendante. [www.kreature.be](http://www.kreature.be)



**LETIZIA C.** s'est spécialisée dans « la mode pour les filles rondes ». Le blog de Letilor: [letilor.blogspot.com](http://letilor.blogspot.com).



**MÉLANIE VOITURIEZ** vend ses créations sur le blog « Mes petits riens... ». <http://mylittlenothings.canalblog.com/>

➤ un petit *business* depuis son salon», ajoute Clo Willaerts. La blogueuse Letilor a par exemple ajouté une partie «vide dressing» à son blog. « Je me suis spécialisée dans la mode pour les femmes rondes. La notoriété que j'ai acquise grâce à mon blog me permet de revendre mes vêtements d'occasion. Les prix ne sont pas élevés, je gagne 350 euros par mois maximum par ce biais. Mais ça me permet de renouveler 60% de ma garde robe chaque saison.» Mélanie Voituriez, passionnée de couture,

« Il ne faut pas se faire d'illusion : pour rentabiliser un blog au point de pouvoir en vivre, il faut avoir un nombre de visiteurs colossal ! »

a commencé à bloguer pour exposer ses créations. « Des clients potentiels se sont manifestés. J'ai donc commencé à mettre certaines choses en vente et à prendre des commandes. Je gagne 500 euros par mois, en moyenne. »

#### Une vitrine

Mais les blogs génèrent également des revenus indirects. « En écrivant sur des sujets qui entrent dans votre champ de compétence, comme la photographie ou l'architecture, par exemple, vous pouvez toucher un public très large et prouver que vous êtes expert dans votre domaine », poursuit Clo Willaerts. « J'ai commencé à bloguer il y a un an environ, en m'installant à Londres », se souvient Alexandra Vanthournout. « Aujourd'hui, je vis un rêve : je suis invitée aux défilés de Chanel. Grâce à mon blog, j'ai construit un réseau de relations et je suis utile aux magazines belges pour lesquels je travaille. » Charlotte Collard, qui s'est reconvertie dans la consultance en stylisme, se sert de son blog comme d'une vitrine : « Les gens peuvent voir comment je travaille, quels sont mes goûts, ma manière d'assembler des vêtements, etc. C'est une manière de me promouvoir. » ©

### Gagner la confiance des éditeurs

« J'ai ouvert mon blog BD il y a quatre ans, parce que c'était sympa de raconter ma vie sur Internet », explique Maureen Wingrove, dite « Diglee », illustratrice lyonnaise de 22 ans. « Je suis entrée en contact avec des illustratrices connues, Pénélope Bagieu et Margaux Mottin, qui ont parlé de moi sur leurs blogs. Leur soutien m'a donné une plus grande visibilité. Comme j'avais 9.000 visiteurs par jour, les éditeurs ont commencé à s'intéresser à mon travail et certains m'ont fait confiance. L'année dernière, Marabout m'a proposé de publier un livre à partir des illustrations de mon blog : *Autobiographie d'une fille GAGA*. Depuis, mon rythme de vie a triplé, je travaille tout le temps ! Je vis très bien de mes illustrations et mon blog commence à me rapporter de l'argent, grâce à la publicité. Avec 13.000 visiteurs par jour, je gagne entre 400 et 1.800 euros par mois, environ. Tout dépend du nombre de clics, du type de publicités, de leur nombre... Mais, ce n'est rien à côté de ce que peuvent gagner ces blogueuses sur la mode qui ont plus de 60.000 visites quotidiennes et qui sont inscrites dans trois régies publicitaires différentes. Bloguer, c'est leur métier ! »

<http://diglee.com/>



PHOTOS: PG

### Un « city blog » qui a le vent en poupe

En 2009, Fany Péchiodat démissionne du service marketing de L'Oréal pour lancer My Little Paris. Entourée d'une équipe de plus en plus nombreuse, elle déniche bons plans, restaurants et adresses insolites dans la capitale française. Grâce à sa *newsletter* et ses 200.000 abonnés, ce blog est aujourd'hui une véritable entreprise. Le principe : deux fois par semaine, les abonnés reçoivent une *newsletter* courte, leur présentant une adresse ou une information amusante. Mais ils reçoivent également des messages sponsorisés : « Nous développons des e-mails en partenariat avec les marques, pour parler de leurs produits, de leurs services. Nous les rédigeons nous-mêmes et contribuons au choix des sujets. Nous sommes rémunérés pour en parler, mais nous le faisons à notre façon. Et ils sont toujours intitulés "e-mails partenaires". ». De quoi attirer les annonceurs, qui dépensent en moyenne 30.000 euros par opération publicitaire. « Nos annonceurs se glissent dans notre univers, épousent notre charte graphique. Les performances n'en sont que décuplées : nous affichons un taux de clics multiplié par 10 par rapport aux autres médias web. » Diversifiant son offre, l'équipe a également créé My Little Lyon, My Little Marseille, une version pour hommes intitulée « Merci Alfred », My Little, l'édition nationale et enfin, My Little Wedding, qui informe les futures mariées. L'offre est complétée par des applications iPhone et iPad et un livre reprenant les bonnes adresses parisiennes de l'équipe.

[www.mylittleparis.com](http://www.mylittleparis.com)



PG