



PAR KAT TANCOCK, *Rédacteur Web principal, Reader's Digest*

LE BLOGAGE POUR LES MAGAZINES

LES BLOGUES, NOM qui est une forme abrégée de Weblog (carnet Web), ont traversé l'épreuve des adopteurs précoces, des tendances et des déclarations voulant qu'ils soient « morts » pour devenir une forme clé de contenu en ligne. Si la propagation de fonctionnalités similaires à celles des blogues dans plusieurs sites a quelque peu brouillé la différence entre les affichages de blogues et la publication d'articles, les blogues sont certainement une forme unique qui offre plusieurs avantages et qui constitue un élément précieux de la stratégie de contenu d'un magazine.

QU'EST-CE QU'UN BLOGUE?

Les blogues ont d'abord eu la forme d'un journal quotidien commentant la vie de tous les jours. Au gré des années, ils ont évolué pour couvrir un plus grand éventail de sujets, présentant aussi bien des photos de la vie au quotidien que des chroniques bien documentées. La définition d'un blogue peut paraître nébuleuse, mais en voici quelques caractéristiques courantes :

- Classement des affichages en ordre chronologique inverse
- Fonctions de commentaires et de partage (parfois désactivées)
- Un ton d'un style plus conversationnel et personnel que celui des articles habituels (voir Vitamin G health blog de Glamour à titre d'exemple)
- Fréquence élevée des affichages
- Style qui varie, allant des courts entrefilets aux formes plus longues, similaires à celle des articles
- Un accent mis sur les liens croisés et la communauté
- Un auteur unique, ou des auteurs multiples utilisant une structure rédactionnelle minimaliste (ou inexistante)
- Une focalisation sur un thème unique

POURQUOI LES MAGAZINES DEVRAIENT-ILS BLOGUER?

L'ajout d'un ou de plusieurs blogues à la stratégie multiplateformes d'un magazine peut être judicieux. Cela ne signifie pas que tous les magazines devraient avoir un blogue (respectez toujours la règle de ne pas entreprendre quelque chose que vous ne pourrez mener à bien), mais il y a lieu d'y réfléchir, même si cela suppose la réduction d'autres activités.

En ajoutant un blogue bien rédigé et bien entretenu sur votre site, vous pouvez :

- Augmenter la fréquence des mises à jour de votre site Web en utilisant moins de ressources que ne le requiert la publication d'articles à la même fréquence (certains magazines, tel *Spacing*, utilisent le blogage comme seul contenu rédactionnel en ligne)
- Augmenter l'interaction entre les lecteurs et les autres correspondants à l'aide d'interliasons et de commentaires
- Personnaliser votre site et votre marque
- Augmenter le trafic provenant des moteurs de recherche, issu de recommandations et direct, par l'intermédiaire d'une augmentation du nombre de liens dirigeant les internautes vers votre site et de la fréquence des mises à jour du site

À QUOI RECONNAÎT-ON UN BON BLOGUE?

Il n'est pas suffisant d'avoir un blogue. Encore faut-il qu'il soit lu. Les meilleurs blogues ont en commun les caractéristiques suivantes :

- Une excellente qualité rédactionnelle
- Une présentation soignée, lisible et attrayante
- Ils sont faciles à trouver, à partager et à marquer d'un signet
- Ils sont divertissants, informatifs et agréables à lire
- Hormis quelques exceptions, ils contiennent beaucoup d'images exceptionnelles
- Un argument clé de vente qui trouve une résonance auprès du marché cible
- Ils participent à la communauté des blogues

Les bons blogues ne sont pas nécessairement personnels et les rédacteurs n'ont pas à divulguer toutes les facettes de leur vie. Toutefois, la plupart des bons blogues, particulièrement dans la catégorie « art de vivre », revêtent un caractère à saveur personnelle. Comme l'écrivait Lisa Belkin au sujet des blogueurs personnels, dans un article du *New York Times Magazine*, en février 2011, « les plus réussis du genre, les femmes qui en font un gagne-pain, unique ou partiel, utilisent judicieusement l'astuce qui consiste à donner l'impression de partager plus d'information qu'elles ne le font en réalité. »

Qu'est-ce que cela signifie dans le cas des magazines? Vous devrez peut-être donner davantage libre cours à vos blogueurs que vous ne le souhaitez. Assurez-vous qu'ils connaissent les limites à ne pas dépasser dans le choix de leurs sujets, mais laissez-les trouver leur style comme blogueurs.

➤ TÉLÉCHARGEZ D'AUTRES FICHES-CONSEILS SUR magazinescanada.ca/culturels/hotsheets



LES CLÉS DU BLOGAGE RÉUSSI

Voici des conseils pour créer et entretenir un blogue de magazine réussi :

ÉTABLISSEZ SA VOCATION

Décidez quel sera l'objet de votre blogue et pourquoi. Ne vous limitez pas à couvrir tous les sujets traités dans votre magazine. Établissez un axe et respectez-le.

SOYEZ COHÉRENT

Établissez un échéancier, qui prévoira même l'heure de publication, et respectez-le. Les lecteurs réguliers s'attendent à lire un nouveau texte à une heure précise. Ne les décevez pas.

SOYEZ INCOHÉRENT

Ne pensez pas que toutes vos publications sur le blogue doivent être un roman. Participez à des mêmes tels que Wordless Wednesday, présentez des citations de la semaine ou explorez d'autres façons inventives de maintenir la fréquence sans vous imposer une surcharge de travail.

SURVEILLEZ LES CHIFFRES

Sachez d'où proviennent vos lecteurs et où ils se dirigent. Tirez profit de vos données pour leur offrir ce qu'ils recherchent.

FAITES DE LA PROMOTION, ENCORE, ET ENCORE

Votre blogue est-il annoncé dans votre magazine? Annoncez-vous vos nouvelles publications du blogue dans votre bulletin d'information? Sur votre page Facebook? À l'aide de Twitter? Sur la page d'accueil de votre site? Avez-vous pensé à d'autres façons d'attirer de nouveaux lecteurs?

SUSCITEZ L'INTERACTION

Ne lancez pas de paroles en l'air. Adressez-vous à vos lecteurs et invitez-les à vous faire part de leurs commentaires et de leurs questions. (N'hésitez cependant pas à supprimer les commentaires méprisants ou de mauvais goût qui pourraient vous être dommageables. Il est toujours utile d'avoir une politique régissant les commentaires et de l'énoncer clairement. Garth Turner [greaterfool.ca] le fait très efficacement en plaçant les règles régissant les commentaires immédiatement au-dessus du formulaire destiné aux commentaires.)

JOIGNEZ-VOUS À LA COMMUNAUTÉ

Ne vous en tenez pas à l'écriture. Participez. Commentez d'autres blocs pertinents (oui, en prenant soin d'adjoindre à votre nom un hyperlien vers la page d'accueil de votre blogue), et prenez l'habitude de fournir des liens

vers d'autres sites Web et blogues, lorsque vous citez des sources ou des extraits, mais aussi comme méthode de blogage en soi.

N'AYEZ PAS PEUR DU CHANGEMENT

Il arrive que des blogues ne lèvent pas. Il n'y a pas de quoi vous inquiéter : vous devrez simplement revoir quelque peu votre stratégie. Consultez régulièrement vos données et vos rédacteurs pour vous assurer de poursuivre les bons objectifs. Si l'approche utilisée n'est pas efficace, changez de formule.

COMMENT DÉMARRER

Une fois que vous aurez choisi un axe pour le blogue de votre magazine, vous devrez réfléchir à deux ou trois aspects avant de vous mettre à l'œuvre :

RÉMUNÉRATION

Si vous utilisez les services d'un rédacteur pigiste pour alimenter votre blogue, assurez-vous de le rémunérer adéquatement pour son temps de travail, mais établissez clairement vos attentes. Si la description de tâche du blogueur comprend l'interaction avec d'autres blogueurs ou la modération des commentaires, veillez à l'en informer. Si vous préférez qu'il produise plus d'articles courts, plutôt que moins d'articles longs, veillez à le lui dire.

LOGICIEL

De nombreux systèmes de gestion du contenu comprennent un logiciel de blogage. Si vous utilisez un tel système, assurez-vous que c'est bien le cas. Wordpress.com et blogger.com (le dernier étant la propriété de Google) sont les systèmes les plus fréquemment utilisés pour héberger des blogues (cela signifie qu'ils sont hébergés par eux, et non par vous) et peuvent constituer une bonne solution sans frais pour les magazines qui ont des ressources limitées. Si vous pouvez installer un logiciel sur votre propre serveur, wordpress.org est un bon choix.

PHOTOGRAPHIE

De nombreux sites Web de magazines utilisent des photographies de bibliothèques à coût modique de sites tels que istockphoto.com pour illustrer leur site. C'est un choix valable, mais si c'est le vôtre, faites preuve de la plus grande créativité possible. Le site grist.org maîtrise l'art d'utiliser efficacement les photos de bibliothèques. Si vous le pouvez, recherchez des ressources de rechange ou additionnelles : obtenez les droits de diffusion Web pour la maquette de votre magazine, ou fournissez une formation de base sur la photographie et l'édition d'images à vos blogueurs.