

# Portails et blogs : les outils des revendeurs high-tech ?

Par Guillaume Andrieu

Sur Internet, les nouveautés techniques sont nombreuses, même si elles restent parfois l'apanage de quelques passionnés et précurseurs en informatique. Ainsi, quel intérêt un outil de communication tel que le blog peut-il avoir pour les revendeurs d'objets publicitaires ?



À la base, un blog est un journal personnel ou un carnet de voyage disponible sur le Web, enrichi de liens externes et composé essentiellement d'actualités publiées au jour le jour. Les blogs sont de plus en plus nombreux (plusieurs millions) et sophistiqués, à tel point qu'ils font leur apparition dans le monde de l'entreprise. L'auteur, ou « blogueur », dispose en général d'un outil de gestion qui lui permet de mettre à jour ses informations en temps réel.

## De véritables communautés en ligne émergent

Le blog reprend l'esprit d'origine des pionniers de l'Internet, à savoir le partage et la diffusion d'informations et d'opinions, puisque les internautes peuvent y apporter leur propre contribution. En revanche, l'auteur du blog choisit lui-même les informations qu'il publie. En tant que modérateur, il peut décider de publier ou non le commentaire d'un internaute. Il gère donc totalement sa communication et peut faire sa propre publicité à bon compte. De nombreuses agences de marketing ou de lobbying ne s'y sont pas trompées et emploient des blogueurs professionnels, dont la tâche est d'alimenter un marketing viral (ou « buzz »), pour faire passer des messages précis dans certaines communautés. De son côté, l'auteur d'un blog poursuit toujours un objectif personnel : cet outil lui offre un puissant vecteur d'image, qui peut l'aider à se construire un nom et une légitimité dans une profession.

**Guillaume Andrieu**, 43 ans, œuvre dans le domaine de l'objet publicitaire depuis dix-sept ans. Après avoir ouvert l'agence d'objets publicitaires Lys de Paris en 1989, ainsi que deux autres agences en Allemagne (1992) et en Pologne (1999), il se lance sur le marché des nouvelles technologies de l'Internet. Il est aujourd'hui l'un des trois associés de Promotool, spécialisé dans le développement de solutions Internet spécifiques pour les revendeurs avec notamment, depuis 2004, un service complet de webmastering. L'entreprise gère aujourd'hui les sites Internet de plus de 70 clients revendeurs.

Vous pouvez joindre Guillaume Andrieu par e-mail à [gandrieu@promotool.fr](mailto:gandrieu@promotool.fr)





Le site [www.blog-objets-publicitaires.fr](http://www.blog-objets-publicitaires.fr), produit par le groupe Horizon Sources, est actuellement le blog de référence dans l'univers de l'objet publicitaire. Son contenu est particulièrement riche, car il est le fruit de la participation collective de nombreux auteurs de la profession et couvre des sujets très variés (le marché, les nouveautés, les salons, etc.).

Un peu plus ancien que le blog dans le paysage Internet, le portail est un site dont la page d'accueil propose un large panel de ressources et de services, ainsi que des hyperliens vers d'autres sites spécialisés. Qu'il soit généraliste ou centré sur un domaine particulier, il est conçu pour guider les internautes.

→ Suite page 60

## De nombreuses agences de marketing ou de lobbying ne s'y sont pas trompées, dont la tâche est d'alimenter un marketing viral

(ou « buzz »), pour faire passer des messages précis dans certaines communautés.

→ Par exemple, le portail [www.promobjet.fr](http://www.promobjet.fr) regroupe de nombreuses informations sur le secteur de l'objet promotionnel. Sur le même créneau, Lagardère et le réseau Ippag ont lancé [www.objet-publicitaire.info](http://www.objet-publicitaire.info). Parfois, tout comme les blogs, ces sites deviennent de véritables communautés en ligne. Ils peuvent proposer des informations ciblées et avoir des accès réservés (avec un mot de passe) pour des fonctionnalités plus étendues. Mais il faut être conscient que l'inscription en ligne peut servir à alimenter une base de données à visée commerciale.

## Une publicité qui ne dit pas son nom...

De même, un portail ou un blog peuvent malheureusement être détournés de leur esprit initial et ne devenir que des outils utilisés pour être mieux référencé sur les moteurs de recherche. En effet, un blog réunit de nombreux spécialistes d'un secteur, son contenu est donc souvent très pertinent. Il est aussi principalement constitué de textes, ce qui facilite le référencement par Google et, par un phénomène de cercle vertueux, une consultation accrue des internautes. Avoir un blog populaire est alors sans conteste un moyen efficace de se mettre en avant. Mais, dans le cas d'un blog professionnel, on court le risque de voir la promotion de produits ou de services se substituer progressivement au contenu «communautaire». L'internaute ne doit pas être dupe quand il visite un tel blog : il peut profiter de la qualité du contenu mis à sa disposition, éventuellement l'enrichir, mais doit aussi discerner l'aspect forcément mercantile qu'il retrouvera sur certaines pages.

Dans ces conditions, un blog est-il un outil pertinent pour un revendeur ?

Selon Promotool, webmaster spécialisé pour les revendeurs d'objets publicitaires en France, il n'existe pas encore de telles initiatives dans ce secteur d'activité. Pour un revendeur dynamique et innovant, disposant sur son site Internet de suffisamment d'informations et de nouveautés sur lesquelles communiquer, le blog (tout comme le flux RSS, cf. encadré) représenterait pourtant un bon moyen de se démarquer, et d'apporter à ses clients une véritable valeur ajoutée. Voilà un nouveau défi à relever pour les revendeurs ! ///



## Flux RSS, le petit plus qui monte...

Certains sites proposent désormais aux internautes de s'abonner via le flux RSS pour recevoir directement tous les articles concernant un ou plusieurs sujets précis. Par exemple, on peut décider de s'abonner au flux RSS du site du Figaro et recevoir uniquement les informations de la rubrique « économie », « formule 1 » ou « people ». Le principe d'abonnement est proche de l'inscription à une newsletter. Ainsi on peut tout à fait imaginer l'intérêt qu'aurait un revendeur à proposer un tel outil à ses clients : ceux-ci seraient automatiquement tenus au courant de dernières mises à jour du site (mise en ligne de nouveauté, etc.). D'où un excellent moyen de promotion !



**Un portail ou un blog peuvent malheureusement être détournés de leur esprit initial et ne devenir que des outils utilisés pour être mieux référencé sur les moteurs de recherche.**