



# LE BLOGUE AU SERVICE DES PETITES ENTREPRISES

Le blogue est une forme de média social qui offre aux entreprises la possibilité de s'adresser directement au marché et qui donne aux abonnés l'occasion de publier des billets et d'y répondre, créant ainsi une conversation entre de nombreux internautes ayant des intérêts communs. La présente brochure s'intéresse aux possibilités et avantages que présente le blogue et à la marche à suivre pour créer un blogue à succès visant à mettre votre entreprise en valeur.

## Qu'est-ce qu'un blogue?

Un blogue est un type de site Web tenu par un particulier ou une entreprise pour y publier des commentaires, des actualités, des articles dignes d'intérêt et des éléments graphiques. Le blogue diffère du site Web classique en ce sens qu'il fait l'objet de mises à jour plus fréquentes et qu'il comporte des mécanismes permettant aux internautes de publier leurs commentaires et de les transmettre aux autres abonnés.

C'est en publiant du contenu approprié et en adoptant la bonne approche à l'égard de votre blogue et de ses lecteurs que vous serez en mesure de donner un caractère personnel à votre entreprise et de lui bâtir une réputation et des bases solides sur le Web. En effet, la publication régulière de contenu, ainsi que la lecture fréquente des commentaires et les réponses que vous formulez contribueront à établir une relation de fidélité et susciter une forte interaction avec vos clients existants et potentiels.

## À L'INTÉRIEUR

Qu'est-ce qu'un blogue?.....	1
Que peut apporter le blogue à votre entreprise?.....	2
Pour commencer .....	2
1. La recherche et la planification... ..	2
2. Comprendre les meilleures pratiques .....	4
Les rouages .....	5
1. Modèles gratuits ou conception sur mesure.....	5
2. L'élaboration d'un plan de contenu et d'un calendrier d'exécution .....	5
3. Le recours à la photographie et à la vidéo .....	6
4. La promotion de votre blogue ....	6
5. La publicité .....	7
6. L'intégration de sites de médias sociaux .....	8
7. L'importance de tenir votre blogue à jour .....	9
8. Le fonctionnement des fils RSS .....	10
9. Les plugiciels et gadgets logiciels .....	10
10. L'étiquetage de référencement.....	12
11. La maintenance et la mise à jour.....	12
Tester, évaluer, mettre au point et tester de nouveau .....	12
Quel est l'avenir des blogues?.....	13
Autres brochures portant sur des sujets connexes.....	13
Glossaire .....	14

**Exonération de responsabilité :** La présente brochure est fournie à titre d'information seulement et ne constitue d'aucune façon un avis juridique, technique, commercial ou d'autre nature et son contenu ne doit pas être interprété en ce sens. Veuillez consulter un avocat ou un autre conseiller professionnel si vous désirez poser des questions sur les sujets traités dans la brochure. Le gouvernement de l'Ontario n'endosse aucun produit commercial, processus ou service auquel la présente brochure fait référence, ni aucun producteur ou fournisseur. Le gouvernement de l'Ontario ne formule aucune garantie implicite ou explicite, ni ne se porte garant de l'exactitude, de l'intégralité, de l'utilité ou de la communication en temps opportun de l'information contenue dans la présente brochure, y compris celle provenant d'autres serveurs auxquels renvoient les hyperliens. Toutes les adresses URL figurant dans la présente brochure renvoient à un site Web externe.



## Que peut apporter le blogue à votre entreprise?

À l'instar de tout le marketing sur les médias sociaux, les blogues offrent les possibilités suivantes :

- vous positionner en tant qu'expert ou leader d'opinion dans votre secteur d'activités et ainsi accroître la crédibilité de votre entreprise;
- augmenter la fréquentation de votre site Web vu l'intérêt que manifestent les lecteurs de votre blogue à l'égard de votre secteur d'activités et la probabilité qu'ils aient besoin des produits ou services que vous offrez;
- améliorer votre classement sur la page des résultats des moteurs de recherche;
- présenter vos produits ou services;

- accroître la notoriété de votre marque et inspirer le respect à son égard;

- assurer la croissance de votre entreprise.

Pour créer un blogue à succès, il faut être patient, déterminé, faire preuve de réactivité et y consacrer le temps nécessaire. Si vous êtes disposé à effectuer des recherches, à vous initier à ce qu'il convient de faire et d'éviter et à vous lancer, votre entreprise pourrait en bénéficier de nombreuses façons.

## Pour commencer

### 1. La recherche et la planification

À première vue, la rédaction d'un blogue semble être relativement facile; mais pour assurer sa réussite, la tâche n'est pas si simple. Avant de commencer, il convient de s'interroger à plusieurs égards.

Recherche et planification Questions à se poser	Facteurs à considérer
Qu'est-ce que je souhaite accomplir en créant ce blogue?	Si vous souhaitez vous mettre au blogage, il importe de bien comprendre les motifs qui vous y poussent et d'établir ce que vous entendez par réussite. Souhaitez-vous faire davantage connaître votre entreprise sur le marché? Y a-t-il sur le marché des mythes que vous désirez réfuter? Cherchez-vous à différencier votre entreprise? Voulez-vous vous positionner comme un leader d'opinion dans votre secteur d'activités?
Est-ce que je sais qui sont les personnes que je désire rejoindre?	Sachez qui est votre public cible. Avant toute chose, établissez le public cible de votre blogue. En gardant à l'esprit en tout temps qui est votre public, vous aurez plus de facilité non seulement à créer du contenu convaincant, mais également à maintenir le cap sur votre créneau.
Suis-je suffisamment passionné?	Si vous souhaitez devenir un leader d'opinion ou un expert reconnu dans votre domaine, vous devez vous tenir au courant des sujets et des enjeux qui touchent votre secteur d'activités. Vous devrez être toujours au courant des sujets de l'heure, des avancées, des actualités et des événements, et de toutes les autres choses qui sont pertinentes pour vos lecteurs. Ceux-ci s'y attendent et ces connaissances vous aideront également à déterminer le contenu à publier sur votre blogue.
Est-ce que j'ai suffisamment de temps?	La ressource la plus importante est le temps qu'il faut consacrer non seulement à la rédaction des billets, mais également à la recherche et aux lectures pour demeurer au fait des enjeux du secteur, à la formulation de réponses aux commentaires, à la publication de commentaires sur d'autres blogues, à l'adaptation du contenu à publier sur d'autres réseaux sociaux et à la mesure des résultats.
Est-ce que je dispose des ressources nécessaires pour m'aider?	Un blogue à succès nécessite une publication fréquente et constante de billets. Avez-vous du personnel pouvant vous donner un coup de main pour la recherche et les idées de contenu? Pouvez-vous affecter une personne à la surveillance des commentaires et aux comptes rendus des résultats?

## L'établissement des objectifs

Votre objectif ultime consiste à créer des pistes menant à des clients potentiels et à vous en servir pour réaliser des ventes. Contrairement à d'autres activités de marketing, le blogage n'est pas un chemin direct du point A au point B. Examinez minutieusement vos forces et vos faiblesses au sein de votre marché et déterminez la façon dont un blogue pourrait pallier ces lacunes. Que vous ont appris vos activités de recherche et de planification? Devez-vous accroître la notoriété de votre marque? Votre entreprise bénéficierait-elle d'une mise en valeur de votre expertise? Les clients de votre secteur sont-ils déconcertés par ce que leur offre le marché et souhaiteraient-ils recevoir des explications claires? Votre public cible en ligne se compose-t-il de lecteurs avides ou de surfeurs expéditifs?

En sachant ce dont votre entreprise a besoin et en connaissant les solutions qu'un blogue peut y apporter, vous aurez plus de facilité à établir vos objectifs.

## La mise sur pied de votre blogue

**Blogue hébergé :** si vous en êtes à vos premières armes, vous pourriez envisager de créer un blogue en recourant à l'un des logiciels d'hébergement gratuits qui vous proposent de mettre aisément sur pied votre blogue. Plusieurs blogiciels, comme [wordpress.com](http://wordpress.com), [blogger.com](http://blogger.com) et [typepad.org](http://typepad.org), offrent de nombreux modèles et permettent de lancer votre blogue en quelques minutes. Si vous optez pour un blogue hébergé, gardez à l'esprit ce qui suit :

- toutes les données (textes, images, vidéos, contenu audio) que vous téléversez sur le blogue seront hébergées dans le service logiciel en question; par conséquent, si vous dépassez l'espace d'hébergement alloué, vous pourriez devoir payer des frais supplémentaires. De plus, si, pour quelque raison que ce soit, l'application cesse d'exister, vous pourriez perdre vos données faute de les avoir exportées à temps;
- votre adresse URL contient généralement le nom de domaine de l'hôte et pourrait donc avoir l'allure suivante : <http://nomdemonsite.wordpress.com> ou <http://nomdemonsite.blogger.com>, etc.

**Blogue auto hébergé :** vous pouvez également créer un blogue sur le serveur hôte qui héberge les fichiers de votre site Web. Le fichier exécutable utilisé à cette fin se trouve habituellement dans les outils d'administration du panneau de configuration du serveur hôte, à savoir dans le dossier

« Simple scripts » ou dans le dossier « Easy Scripts », ou peut se présenter sous la forme d'une icône. Il suffit de faire un double-clic sur l'icône de blogue et de suivre les instructions d'installation. Aucun frais supplémentaire n'est exigé pour la création d'un blogue auto hébergé étant donné qu'il fait partie des services offerts par votre fournisseur; toutefois si vous souhaitez créer un modèle personnalisé ou adapter des modèles existants à l'image de votre marque, vous pourriez devoir faire appel à un concepteur graphique. Tout le contenu de votre blogue sera hébergé dans une base de données sur votre serveur.

### Les avantages du blogue auto hébergé :

- il est gratuit;
- il est facile à créer.

### Les inconvénients du blogue auto hébergé :

- vous devez assurer la gestion continue des versions de votre application, des plugiciels et des thèmes;
- vous devez sauvegarder régulièrement votre base de données et vos fichiers d'application; il s'agit d'une tâche très importante;
- vous devrez peut-être recourir aux services d'un concepteur graphique et d'un développeur pour peaufiner votre blogue.

Ces deux types de blogue sont pratiques pour le propriétaire d'une petite entreprise, mais la deuxième option offre davantage de caractéristiques et de fonctions et de plus grandes possibilités de croissance.



## Coûts-avantages pour les PME

Le plus important facteur de coût est le temps que vous devez consacrer à la création et à la maintenance de votre bogue. Au chapitre des avantages, l'accroissement de la reconnaissance, de la crédibilité et du respect de la marque sont les plus évidents. Outre ces trois éléments, certains bénéfices nets découlant d'un blogue à succès sont directement mesurables :

- le blogue contribue à tirer le meilleur parti de votre site Web aux fins du référencement dans les moteurs de recherche et constitue un moyen rentable de susciter la fréquentation de votre site;
- si vous prenez actuellement part à une campagne publicitaire à long terme de paiement au clic, le blogue peut vous aider à réduire les coûts qui y sont associés à mesure qu'il fera la promotion de votre site Web.

S'il est plus efficace de n'avoir qu'un seul auteur, ou porte-parole, pour le blogue, vous pouvez néanmoins faire appel à des employés pour participer aux recherches et suggérer des idées. Vous pouvez également affecter une personne à la surveillance des commentaires et aux comptes rendus des résultats. (Se reporter à la section *Les rouages* du présent document.)

## 2. Comprendre les meilleures pratiques

Puisque la création et la maintenance d'un blogue sont des activités chronophages, vous voudrez que celui-ci rapporte. Voici quelques lignes directrices à respecter :

### Conseils pour la création d'un blogue attrayant

<b>Fournissez des renseignements utiles et recherchés</b>	Un blogue n'est ni un baratin publicitaire, ni une brochure d'entreprise. Présentez des renseignements utiles et éducatifs à vos clients existants et potentiels. Vous voulez vous positionner comme expert et positionner votre blogue comme une ressource afin de faire de votre entreprise un emblème de crédibilité et d'accroître ainsi la confiance à l'égard de vos produits et services. De cette façon, les gens seront également plus enclins à partager votre blogue avec d'autres clients potentiels.
<b>Soyez bref</b>	Vous vous disputez l'attention d'internautes qui sont déjà assaillis d'information. Si la transmission de votre message prend trop de temps, vous perdrez des lecteurs. Les messages brefs sont également plus faciles à partager, ce qui facilite la création d'une communauté.
<b>Ayez un point de vue</b>	D'une part, vous ne souhaitez ni insulter ni critiquer quiconque, mais, d'autre part, vous voulez vous démarquer, attirer l'attention et susciter des opinions et des réponses.
<b>Faites preuve de professionnalisme dans vos messages</b>	Personne ne veut lire ou partager des billets mal écrits ou remplis d'erreurs. Assurez-vous que vos messages ne contiennent aucune erreur grammaticale et typographique. Si vous offrez à vos lecteurs du contenu auquel ils sont fiers d'être associés, ils le partageront avec d'autres.
<b>Amorcez une conversation</b>	Une bonne façon de susciter des réponses de la part de vos lecteurs consiste à leur poser une question en conclusion de votre billet. Celle-ci peut être aussi simple que « qu'en pensez-vous? ». Votre but est de faire en sorte que les gens forment des commentaires et partagent votre blogue.  Les billets qui recueillent de nombreux commentaires sont positifs pour les blogueurs. Les commentaires nombreux indiquent aux lecteurs que le billet est suffisamment intéressant pour être lu et sont également susceptibles d'accroître le nombre de partages.
<b>Parlez en votre nom et non en celui de votre entreprise</b>	Présentez-vous en incluant votre profil, soit qui vous êtes et quelles sont vos fonctions. Évitez de trop parler de votre entreprise. Il est également judicieux d'indiquer dès le départ à qui s'adresse le contenu du blogue par courtoisie envers les lecteurs occupés.
<b>Surveillez les commentaires et répondez-y</b>	Indiquez à vos lecteurs que vous vous souciez de leur opinion en répondant le plus promptement possible à leurs commentaires. Mais n'exagérez pas la dose. Si l'un de vos billets donne lieu à une conversation entre lecteurs, mais que celle-ci ne nécessite pas votre intervention, ne vous en mêlez pas.

## Conseils pour la création d'un blogue attrayant

<b>Formulez des commentaires sur d'autres blogues</b>	Vous pouvez accroître votre lectorat en formulant des commentaires réfléchis sur le blogue d'autres personnes évoluant dans votre secteur d'activités. Interagir avec des blogueurs qui ont formulé des commentaires sur votre blogue est une tactique particulièrement efficace. Elle permet de solidifier la relation avec l'autre blogueur et d'attirer son lectorat vers votre blogue.
<b>N'essayez pas de reproduire votre site Web</b>	La conception de votre blogue devrait reprendre certains éléments de votre site Web, par exemple les éléments graphiques ou l'agencement de couleurs, et devrait intégrer une typographie semblable, mais il ne doit pas être identique à celui de votre site Web. Vous devez chercher à créer un blogue qui s'apparente à votre site Web, mais qui s'en distingue dans une certaine mesure.
<b>Optez pour une conception de haut en bas</b>	Veillez à ce que les éléments les plus importants de votre blogue soient bien en évidence : votre contenu principal et votre en-tête, suivis de l'image de marque de votre entreprise. Au moment de concevoir la conception de votre blogue, veillez à ce que ces trois éléments se distinguent de tous les autres. Également, le titre des billets devrait être mis en évidence par rapport à tous les autres sous-titres contenus dans le texte, le cas échéant. Tout le reste doit être pensé en fonction de la logique et de la convivialité. À titre d'exemple, les éléments de la barre latérale devraient être présentés dans l'ordre dans lequel le lecteur est susceptible de les chercher.

## Les rouages

### 1. Modèles gratuits ou conception sur mesure

#### La conception de votre blogue

La plupart des blogiciels proposent des modèles de blogue gratuits, sinon, vous pouvez trouver des modèles gratuits (logiciels libres) sur Internet. Les choix de mise en page sont généralement semblables, mais les éléments graphiques diffèrent afin de représenter divers secteurs d'activités. Vous pouvez habituellement lancer une recherche par catégorie ou selon le type de blogue que vous souhaitez créer. Certains modèles gratuits offrent des choix de couleurs et de polices de caractères, mais là s'arrête la possibilité de les personnaliser.

Il importe que votre blogue donne une image positive de votre entreprise. Cela s'applique d'abord et avant tout au contenu, mais également à la représentation visuelle de votre marque et de votre professionnalisme. La conception de votre blogue peut avoir une incidence énorme sur la perception qu'on en aura. Si plusieurs blogueurs de petites entreprises se font les dents avec des modèles de base offerts par des fournisseurs tels que WordPress, ils sont nombreux à opter ultérieurement pour une solution sur mesure.

Vous pourrez trouver des modèles de conception personnalisée par l'entremise de divers sites Web ou encore confier la conception de votre blogue à votre propre concepteur graphique. Les modèles thématiques payants accessibles sur Internet sont offerts à divers prix selon la complexité des thèmes offerts. Vous pouvez soit acheter un permis donnant le droit d'utiliser un modèle thématique payant ou en faire l'achat afin d'en avoir l'exclusivité.

### 2. L'élaboration d'un plan de contenu et d'un calendrier d'exécution

Une planification préalable vous aide à rédiger un blogue en temps opportun et à intervalles réguliers et fait en sorte que cette tâche ne devienne pas un fardeau. De nombreux blogues d'affaires sont publiés une fois la semaine, ce qui peut constituer une bonne fréquence pour commencer.

Choisissez d'abord un sujet ou thème général à partir duquel vous créerez un calendrier rédactionnel énumérant les sujets précis que vous aimeriez aborder. Votre thème général devra être suffisamment large afin de vous permettre de trouver du contenu sans trop de difficulté, mais suffisamment pointu pour que vos lecteurs y voient un lien avec votre secteur d'activités. Si vos lecteurs ne sont pas certains que votre blogue traitera de choses qui les intéressent, vous pourriez les perdre. Vous devez chercher à vous créer un créneau.

Ne vous inquiétez pas si votre calendrier rédactionnel comporte quelques cases vides. Si vous vous tenez au courant des enjeux et des tendances dans votre secteur, les sujets s'imposeront d'eux-mêmes.

**CONSEIL :** Tenez compte, dans votre calendrier rédactionnel, des cycles d'achat de vos clients au cours de l'année. Vous pourrez ainsi bonifier votre contenu et vous assurer du caractère à propos et pertinent de vos billets. Vous pourrez même y inclure un message marketing plus fort ou un lien vers votre site Web.

### 3. Le recours à la photographie et à la vidéo

N'hésitez pas à faire usage du multimédia dans votre blogue. L'ajout de vidéos, photos, tableaux ou graphiques peut servir à morceler le texte de façon attrayante. Si vous utilisez le multimédia, n'oubliez pas que les moteurs de recherche ne reconnaissent pas les images (vidéos et photos); accompagnez-les de transcriptions ou d'étiquettes descriptives. De plus, n'oubliez pas de mentionner l'origine de tout matériel provenant de sources externes.

### 4. La promotion de votre blogue

Il existe plusieurs façons de promouvoir votre blogue afin d'augmenter votre lectorat. Le secret de la réussite réside dans la régularité et dans la recherche d'occasions de promotion. Voici quelques idées utiles.

#### Conseils pour promouvoir votre blogue

Faites la promotion de votre blogue sur votre site Web	Un blogue peut devenir une importante source de dialogue avec votre clientèle. Insérez un lien vers votre blogue sur la page d'accueil de votre site Web, et vice versa.
Faites de votre blogue un compagnon de marketing constant	Ajoutez l'URL de votre blogue partout où vous utilisez votre logo ou l'adresse de votre site Web, par exemple dans votre signature électronique, vos annonces, vos cartes de visite, vos présentations, vos communiqués de presse (un moyen particulièrement efficace d'accroître le référencement lorsque vous recourez à des services tels que Canada Newswire) et votre matériel de marketing.
Mettez du contenu sur les fils RSS	Cela permet la syndication du matériel contenu dans votre blogue, le rendant ainsi accessible à partir d'autres sites Web.
Procédez à la syndication de votre blogue	Effectuez des recherches afin de trouver les sites qui rendent accessible du contenu pertinent à votre secteur d'activités.
Mettez votre bouton RSS bien en évidence	Il ne devrait pas être difficile pour les lecteurs de s'abonner à votre blogue, et un bouton RSS situé bien en évidence peut même constituer un stimulant à l'abonnement.
Ajoutez, dans votre blogue, des liens menant à vos billets antérieurs	Ce conseil s'applique à votre billet actuel, mais il peut également être avisé d'ajouter des liens à vos anciens billets.
Agissez à titre de blogueur invité	En rédigeant un billet à titre d'invité sur un autre blogue présentant un intérêt pour vous et pour vos lecteurs, vous pourriez améliorer votre classement sur la page des résultats des moteurs de recherche et attirer le public de ce blogue vers votre blogue.
Recourez toujours à des appels à l'action	Insérez des appels à l'action au sommet de votre blogue et dans la barre latérale. Utilisez-les également dans chacun de vos billets. Par exemple, dans : <ul style="list-style-type: none"> <li>• documents de présentation ou autres documents de recherche à télécharger gratuitement;</li> <li>• l'inscription à des webinaires ou autres événements;</li> <li>• les essais de produit gratuit, démonstrations, rabais.</li> </ul>

## Conseils pour promouvoir votre blogue

<b>Partagez du contenu sur vos réseaux, mais ne vous contentez pas de le répéter</b>	Si vous êtes présent sur Facebook, Twitter et LinkedIn, il est possible que votre public vous suive sur les trois plateformes. En publiant le même contenu au même moment, vous pourriez perdre des lecteurs ou, pis encore, être considéré comme un polluposteur. Préparez une mise à jour ou adaptez le contenu afin qu'il convienne le mieux possible à la plateforme, puis publiez chaque format au cours d'une période de quelques heures.
<b>Remerciez les personnes qui partagent votre contenu</b>	Vous encouragerez ainsi davantage le partage, ce qui contribuera à donner l'impression que votre contenu mérite d'être partagé. Sur Twitter, songez à remercier les personnes qui font suivre vos microbillets en les faisant suivre à votre tour accompagnés d'un mot de remerciement. Vous inviterez ainsi ceux qui ont raté le microbillet d'origine à aller y jeter un coup d'œil.
<b>Demandez aux gens d'« aimer » votre blogue</b>	Demandez à vos employés d'« aimer » votre blogue et de le partager sur leurs réseaux lorsque cela est pertinent.
<b>Sur Twitter, partagez plusieurs fois le lien vers votre blogue</b>	Sur Twitter, les abonnés ont tendance à effectuer des visites fréquentes et à différents moments de la journée. Afin de communiquer un message important aux abonnés qui auraient pu le rater, trouvez des façons créatives de publier de nouveau le message, en modifiant le contenu de votre microbillet. Assurez-vous également de publier, entre vos microbillets, du contenu non connexe et non intéressé.
<b>Tirez parti des autres attributs de Twitter</b>	Utilisez des mots-clés pertinents lorsque vous faites la promotion de votre blogue sur Twitter (p. ex. #votresujet). Surveillez également les problèmes soulevés par les clients et répondez-y en publiant des liens menant à des microbillets pertinents.
<b>N'oubliez pas, Facebook, Twitter et LinkedIn ne sont pas les seuls acteurs dans la sphère des médias sociaux</b>	Publiez votre blogue sur des sites tels que Digg, StumbleUpon, Delicious ou Redditt. Regardez également du côté des réseaux sociaux spécialisés afin de voir si l'un d'entre eux correspond à votre marché cible, et renseignez-vous à savoir quels autres sites de médias sociaux fréquentent les gens de votre secteur d'activités.
<b>Visitez <a href="http://www.technorati.com">www.technorati.com</a>, un moteur de recherche dans les annuaires de blogues, et inscrivez votre blogue</b>	Vous pourrez ainsi vous assurer que votre blogue est répertorié dans les moteurs de recherche de blogues.

## 5. La publicité

Si votre blogue compte un lectorat important, vous pourriez envisager de vous en servir comme source de revenus en y intégrant des bannières publicitaires ou des annonces activées par mot-clé. Les recettes que vous toucherez peuvent contribuer à compenser les coûts d'exploitation et d'actualisation du blogue. Assurez-vous, toutefois, de choisir des annonceurs dignes de votre public et de votre réputation, qui font preuve de professionnalisme et qui offrent des produits ou services présentant un intérêt pour vos lecteurs.

Voici deux autres options financièrement rentables qui sont susceptibles de vous intéresser :

- offrir la commandite de votre blogue;
- recourir aux publiportages pour faire de la publicité. Ces articles constituent du contenu publicitaire payant fournissant habituellement aux lecteurs plus d'information que la plupart des annonces publicitaires. Veillez à ce qu'il soit évident et clair qu'il s'agit d'un publiportage.

### Pratiques exemplaires en matière de publicité:

1. Identifiez clairement les publicités. En omettant de le faire, vous pourriez ennuyer les lecteurs qui cliquent sur une publicité et s'attendent à voir autre chose.
2. Optez pour la pertinence. Efforcez-vous de choisir des publicités qui sont complémentaires au sujet du billet (le cas échéant, vous pourrez alors les disposer au-dessus ou sous le billet) ou qui ont au moins un lien avec votre blogue en général.
3. Remplacez et alternez régulièrement les bannières publicitaires.
4. Veillez à ce que vos annonceurs soient heureux. Assurez-vous de vous doter d'un bon système d'évaluation des bannières afin de pouvoir rendre compte de leur efficacité.

## 6. L'intégration de sites de médias sociaux

Vous pouvez partager le contenu de votre blogue sur les sites de médias sociaux tels que Twitter, Facebook, Google+ ou sur tous les autres sites de partage de signets énumérés ci-dessous, et ce, de plusieurs façons :

- utilisez des plugiciels spéciaux de diffusion. Vous pouvez automatiser la diffusion du contenu de votre blogue sur vos profils des différents sites, lequel comprendra le titre du billet, une brève description de celui-ci et un lien vers le billet intégral;
- invitez les lecteurs à cliquer sur « S'abonner » ou « Partager ». Les lecteurs qui répondront à l'invitation partageront votre blogue avec leurs propres abonnés ou communautés, augmentant ainsi les chances d'accroître la fréquentation de votre blogue.

### Les agrégateurs de contenu

Il existe des outils ou des plateformes qui permettent aux usagers des réseaux sociaux de regrouper dans une même fenêtre leurs activités de réseautage. Ces outils vous font gagner du temps si vous tentez de vous tenir au courant de ce qui se passe sur plusieurs sites de médias sociaux et vous sont utiles au moment de décider quel contenu publier. En voici quelques exemples :

**FriendFeed** : Une application populaire qui vous permet de transmettre du contenu sur Facebook, Flickr, Twitter et autres réseaux sociaux ([www.friendfeed.com](http://www.friendfeed.com)).

**HootSuite** : Un agrégateur Web de contenu qui facilite le suivi et la publication des mises à jour ([www.hootsuite.com](http://www.hootsuite.com)).

**Minggl** : Un logiciel compagnon du navigateur qui vous permet de gérer tous vos contacts et d'interagir avec eux depuis un seul endroit ([www.minggl.com](http://www.minggl.com)).

**Tweetdeck** : Une application qui offre un accès en temps réel aux réseaux sociaux et qui permet aux utilisateurs de se connecter à leur compte Twitter, Facebook, LinkedIn et MySpace ([www.tweetdeck.com](http://www.tweetdeck.com)).

### Le partage de signets

Le partage de signets sert à organiser, sauvegarder, gérer et rechercher en ligne des signets de ressources. L'attribution d'étiquettes est une fonction importante des logiciels de partage de signets, puisqu'elle permet aux utilisateurs d'organiser les signets à leur guise et de recourir à un vocabulaire commun. En règle générale, l'attribution d'une étiquette consiste à associer un descripteur ou un mot-clé à un signet ou à un lien que les utilisateurs souhaitent partager, puis à sauvegarder cette étiquette sur un site Web public. À vrai dire, l'utilisateur ne partage pas le fichier en tant que tel, seulement le lien qui mène à celui-ci. D'autres personnes sont ainsi en mesure de lancer une recherche en se servant de ces mots-clés et de trouver les pages en question. La plupart des sites de partage de signets organisent les signets au moyen d'étiquettes informelles. Les utilisateurs peuvent obtenir des signets à jour en s'abonnant aux fils d'actualités du site de partage de signets.







La meilleure stratégie marketing pour une entreprise consiste à insérer l'icône de l'un de ces sites de partage de signets à côté d'un article figurant sur son site Web afin que les visiteurs puissent y attribuer une étiquette. Plus une étiquette est attribuée à un article ou à un billet sur la page Web, plus cette page gagne en popularité. Une cote de popularité élevée attire l'attention des internautes et dirige le trafic vers le site.

### **Voici des exemples de sites de partage de signets et de réseautage social populaires**

**Pinterest** : Site de partage de renseignements de type babillard virtuel sur lequel l'information est classée par thèmes. Utile aux décorateurs d'intérieur, artistes, artisans, etc. ([www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)).

**Reddit** : Site de médias sociaux consacré aux actualités sur lequel les abonnés publient des nouvelles ou des articles au sujet desquels les autres usagers donnent leur appréciation. Les articles les plus populaires sont affichés au sommet de la liste ([www.reddit.com](http://www.reddit.com)).

**Technorati** : Moteur de recherche qui effectue des recherches dans les blogues. Les étiquettes de Technorati sont apposées à vos billets de blogue; plus le nombre d'utilisateurs cliquant sur vos étiquettes est élevé, plus le contenu de votre blogue est considéré comme une source faisant autorité ([www.technorati.com](http://www.technorati.com)).

**Digg** : Site de médias sociaux consacré aux actualités qui permet de publier des articles et qui accorde des droits de vote, connus sous le nom de « digging » et de « burying », grâce auxquels les usagers font connaître leur appréciation ([www.digg.com](http://www.digg.com)).

**StumbleUpon** : Moteur de recherche axé sur la découverte qui permet aux usagers de découvrir des pages Web, des photos, des vidéos et de donner leur appréciation. Le fonctionnement du logiciel s'inspire des principes de mise en relation des internautes et du réseautage social en vue de trouver le contenu qui plaît aux usagers ([www.stumbleupon.com](http://www.stumbleupon.com)).

**Del.icio.us** : Service de partage de signets Web qui permet le stockage, le partage et la découverte de signets. Les internautes enregistrent ce qui leur plaît dans la barre de leur navigateur au moyen du signaplet Delicious afin d'ajouter des sites Web à des « listes thématiques » qui facilitent le partage ([www.delicious.com](http://www.delicious.com)).

En tant que propriétaire d'entreprise, vous pourriez envisager de vous inscrire à l'un ou à l'ensemble de ces comptes et apposer leurs boutons et leurs liens à vos divers billets ou à des zones particulières de contenu sur votre site Web.

## **7. L'importance de tenir votre blogue à jour**

Vous n'êtes certainement pas tenu de bloguer tous les jours, mais faites preuve de régularité. Pour commencer, établissez un calendrier hebdomadaire ou bihebdomadaire. N'oubliez pas, plus vous bloguerez, meilleures seront vos chances d'être visible pour votre public cible. De plus, avant de procéder à la syndication de votre blogue, certains sites de syndication requièrent une certaine quantité de contenu récent.

### **Idées visant à faciliter la création de contenu**

Se promettre qu'on créera du contenu de façon assidue et tenir sa promesse sont deux choses bien différentes. Voici quelques idées qui vous aideront à trouver du contenu pour inspirer la rédaction de vos billets.

- **Adaptez du contenu existant.** Vous pourrez être étonné de découvrir que vous avez déjà en main beaucoup de contenu intéressant qui, moyennant une adaptation et une réécriture, conviendrait parfaitement à votre blogue. Examinez tout votre matériel de marketing, les discours que vous avez prononcés ou les transcriptions de webinaires que vous avez donnés. Et n'oubliez pas d'inclure un lien vers toute vidéo que vous avez créée.
- **Partagez des articles intéressants.** Si vous avez lu un article qui vous a vivement intéressé, celui-ci risque de susciter aussi l'intérêt de vos lecteurs. Rédigez votre opinion au sujet de l'article et publiez-la sur votre blogue. Assurez-vous de mentionner la source de l'article.
- **Tirez parti de vos présentations.** Parlez de la réaction du public ou des réactions ou questions qui ont fait suite à l'une de vos présentations, ou encore, parlez de présentations auxquelles vous avez assisté à l'occasion de conférences. Envisagez la création d'un balado ou d'une vidéo d'une présentation que vous avez donnée et publiez un lien permettant d'y accéder.
- **Menez des entrevues.** Envisagez de vous entretenir avec des leaders d'opinion dans votre secteur d'activités ou même avec des camarades blogueurs et de rédiger un billet dans lequel vous présentez leur opinion.

Vous pouvez également glaner des idées de contenu en surfant sur le Web. Voici quelques sources en lignes à consulter.

### Sources d'idées pour la création de contenu

Sites de la concurrence	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="http://www.compete.com">www.compete.com</a></li> <li>• <a href="http://www.opensiteexplorer.org">www.opensiteexplorer.org</a></li> </ul>
Annuaire de blogues	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="http://www.google.com">www.google.com</a> (Dans la version canadienne-française de Google (<a href="http://google.ca">google.ca</a>), vous pouvez cliquer sur « Plus », « Encore plus » et « Google Recherche de blogs » au bas de la fenêtre.)</li> </ul>
Articles de magazines électroniques	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="http://ezinearticles.com/">ezinearticles.com/</a></li> <li>• <a href="http://www.submityourarticle.com/course/ezinedirectories.php">www.submityourarticle.com/course/ezinedirectories.php</a></li> </ul>
Recherche sur Twitter	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://twitter.com/twittersearch">twitter.com/twittersearch</a></li> <li>• <a href="https://twitter.com/search-advanced">https://twitter.com/search-advanced</a></li> <li>• <a href="http://www.tweetdeck.com/">www.tweetdeck.com/</a></li> <li>• <a href="http://www.twellow.com/">www.twellow.com/</a></li> </ul>
Annuaire des groupes de Facebook	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="http://www.facebook.com/search.php">www.facebook.com/search.php</a></li> <li>• <a href="http://www.facebook.com">www.facebook.com</a> (Cliquez sur « Groupes ».)</li> </ul>
Groupes de LinkedIn	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="http://www.linkedin.com/directory/groups/">www.linkedin.com/directory/groups/</a></li> </ul>
Alertes Google	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="http://www.google.com/alerts">www.google.com/alerts</a></li> </ul>

## 8. Le fonctionnement des fils RSS

Bien que le contenu de qualité et la bonne réputation dans votre communauté constituent les deux éléments clés vous permettant d'être repéré par votre public cible, il est également avisé d'opter pour la syndication de votre blogue. Le format RSS est le processus de syndication de votre contenu, tandis que Ping est un service de notification de vos nouveaux billets aux annuaires et aux abonnés. Chaque billet de blogue contient automatiquement une adresse unique de fil RSS.

### Format RSS (Really Simple Syndication)

L'une des stratégies de référencement les plus efficaces consiste à mettre le contenu de votre blogue à la disposition d'autres sites par l'intermédiaire de fils RSS, ce qui contribue également à créer des liens entrants. Tous les sites de blogue intègrent déjà la structure RSS en

arrière-plan. Le fait de disposer l'icône RSS dans la barre latérale de votre blogue permet aux lecteurs de s'y abonner et, ainsi, de recevoir vos billets directement dans leur lecteur de blogue ou boîte de réception de courriels.

### Services de Ping

Vous pouvez vous inscrire à un service de Ping (p. ex. Ping-O-Matic or Twingly.com) qui informe automatiquement les annuaires de blogues et les abonnés à votre blogue qu'un billet vient d'être publié sur votre blogue, en indiquant le titre et une brève description du billet. Les Pings sont également émis lorsque vous apportez des modifications à des billets déjà publiés. Essayez d'éviter l'émission d'un Ping se rapportant à un billet antérieur presque identique. Si le même contenu est envoyé trop souvent, vous risquez d'ennuyer vos abonnés existants et potentiels.

## 9. Les plugiciels et gadgets logiciels

Les plugiciels, ou modules d'extension, et les gadgets logiciels (petites applications qui servent à étendre les fonctions de votre programme de blogue) sont des outils offrant aux internautes des options et des fonctions visuelles et interactives supplémentaires. Il peut s'agir, par exemple, d'un gadget logiciel sous forme de calendrier dans la barre latérale de votre blogue ou d'un plugiciel FAQ qui classe et affiche les pages pertinentes contenues dans un blogue.

Plusieurs plugiciels dorsaux sont conçus pour aider le propriétaire d'un blogue à utiliser les fonctionnalités du logiciel, à en assurer la maintenance, à faire connaître son blogue, comme Google Analytics, à sauvegarder son blogue, à en assurer le référencement et même à tirer le meilleur parti du logiciel.

---

**MISE EN GARDE :** Des milliers de plugiciels sont offerts et de nouveaux voient constamment le jour. Faites preuve de prudence au moment de choisir un plugiciel. Assurez-vous que celui-ci est pris en charge par votre version du logiciel et procédez à la mise à jour de vos plugiciels en effectuant une maintenance régulière. Veillez également à ce que vos plugiciels soient à jour afin d'être continuellement pris en charge par le fournisseur. Étant donné qu'une surcharge de plugiciels est susceptible de ralentir le logiciel, faites des choix appropriés et pertinents.

---

## LES PLUGICIELS ESSENTIELS DANS WORDPRESS

Nom du plugiciel	Description
1. Akismet	Un filtre de pollurriel permettant de repousser les logiciels qui ciblent les blogues et qui publient automatiquement des commentaires non sollicités et des rétroliens, visitez <a href="http://www.akismet.com">www.akismet.com</a> .
2. All in One SEO Pack	Un plugiciel de base destiné à n'importe quel blogue WordPress et qui ajoute une fonctionnalité favorisant le référencement. Doit être activé avant tous les autres plugiciels.
3. Google Analyticator	Ajoute le code JavaScript nécessaire pour permettre le fonctionnement de Google Analytics sur tout blogue WordPress.
4. WP-DB-Backup	Vous permet d'effectuer aisément la sauvegarde de vos tables de bases de données WordPress.
5. WP Touch	Facilite la création d'un blogue adaptable en version mobile.
6. Facebook Comments Importer	Permet d'importer dans votre blogue les commentaires publiés sur votre profil Facebook.

Pour accéder aux plugiciels, cliquez sur le lien « Plugins » figurant dans la barre latérale du côté gauche de la fenêtre d'administration. Une liste des plugiciels déjà installés s'affichera. Si les plugiciels ci-dessus ne sont pas déjà installés, vous pourrez y accéder à partir de la barre de recherche « Plugins » où il vous suffit de cliquer sur ceux à installer et à activer.

## LES OUTILS DE BLOGAGE ESSENTIELS

Nom du plugiciel	Description
1. Blog Backup	Effectue la sauvegarde de votre blogue lorsque vous êtes inscrit. L'inscription se fait aisément et votre sauvegarde s'effectue d'un seul clic. <a href="http://blogbackupr.com">http://blogbackupr.com</a>
2. Who Is Linking To Me	Un outil qui ajoute à votre blogue un gadget logiciel qui affichera cinq des plus récents liens générés par Technocrati vers votre blogue. <a href="http://www.justsayhi.com/bb/linking">www.justsayhi.com/bb/linking</a>
3. Measure It	Vous aide à mesurer la barre latérale de votre page de blogue si vous souhaitez créer un bouton ou un gadget logiciel dans cette zone. <a href="https://chrome.google.com/webstore/detail/aonjhmdcgbgikgjapjckfkefpjhpgma">https://chrome.google.com/webstore/detail/aonjhmdcgbgikgjapjckfkefpjhpgma</a>
4. Social Marker	Un outil qui met en signet l'adresse URL que vous saisissez dans exactement 50 sites sociaux ou de partage de signets. La meilleure façon d'accroître la fréquentation de votre blogue consiste à envoyer l'adresse URL de chaque billet. <a href="http://www.socialmarker.com">www.socialmarker.com</a>
5. Windows Live Writer	Un outil de rédaction de blogue hors ligne qui prend en charge la quasi-totalité des plateformes de blogage les plus populaires.
6. Bouton de partage Facebook Blogger	Un gadget logiciel puissant qui permet à vos visiteurs de partager votre contenu sur Facebook.

## 10. L'étiquetage de référencement

Le succès d'un blogue dépend du nombre de personnes qui le lisent et qui y sont abonnés. Vous souhaitez donc que les moteurs de recherche et les annuaires de blogues le repèrent le plus souvent possible. Administré par le truchement de la page de rédaction des billets de blogue, l'étiquetage de référencement est le processus qui consiste à ajouter des étiquettes (c.-à-d. des mots-clés) à chacun de vos billets afin d'aider les moteurs de recherche à repérer votre contenu pertinent. Voici quelques stratégies relatives à l'étiquetage :

- **Utilisez des outils de recherche qui vous permettront de connaître les sujets abordés par d'autres personnes de votre secteur d'activités.** Si vous en êtes à vos premières armes, vous pouvez accéder à des outils afin de déterminer les mots-clés que votre public est susceptible d'utiliser pour trouver ce que vous offrez. Pour vous faciliter cette tâche, effectuez des recherches dans divers annuaires de blogues en tapant <http://mot-clé:blogue> dans le champ de recherche, ou lancez des recherches dans Google au moyen des mots-clés puis sélectionnez le filtre « blogs ». Vous aurez ainsi une idée des sujets abordés par les blogueurs de votre secteur. Vous pouvez aussi recourir aux Alertes Google de façon à recevoir un courriel chaque fois qu'il est question du sujet choisi.
- **Utilisez des mots-clés.** Au moment de rédiger votre blogue, efforcez-vous d'utiliser les mots-clés et les expressions-clés que vous avez déterminés afin de permettre à votre public cible de vous trouver.
- **Rédigez du contenu unique.** La publication de contenu en votre propre nom et présentant votre opinion contribuera non seulement à susciter davantage d'intérêt à votre égard et à raffermir votre position dans la communauté, mais également à donner de la valeur à votre blogue pour les robots de recherche.
- **Transmettez votre blogue à Google et aux annuaires de blogues.** En voici quelques exemples : [www.blogscanada.ca](http://www.blogscanada.ca), <http://thecanadianblogdirectory.com/> et <http://photoblogdirectory.net/Canada/>
- **Mettez au point une stratégie de liaison.** Cette stratégie comprend la liaison de votre billet actuel à vos billets antérieurs. Vous accroîtrez ainsi les chances de repérage de vos billets, l'actuel et les anciens, par les robots de

recherche et incitez les lecteurs à jeter un coup d'œil à vos billets antérieurs. Envisagez également de relier votre blogue aux billets d'autres blogueurs et d'établir des liens entrants en leur demandant de relier leurs billets au vôtre. **Attention :** ne créez pas de liaison au hasard et n'établissez jamais de lien avec un site suspect ou de piètre qualité qui puisse entacher votre professionnalisme.

- **Créez des pages dites « légères ».** Recourez à un fournisseur d'hébergement fiable et veillez à ce que les images ou les fichiers que vous intégrez soient de petite taille afin d'assurer la rapidité de chargement de la page. Les moteurs de recherche tels que Google ont commencé à tenir compte de la vitesse de chargement.

## 11. La maintenance et la mise à jour

La plupart des logiciels auto hébergés doivent faire l'objet d'une mise à jour régulière afin de résoudre les questions liées à la mise à niveau et à la sécurité. La marche à suivre à cet égard devrait être incluse dans l'application. Avant de procéder à une mise à jour d'envergure, effectuez toujours une sauvegarde de votre base de données et de votre application. Si vous avez des logiciels, ceux-ci doivent aussi être mis à jour régulièrement. Il existe plusieurs tutoriels en ligne qui vous faciliteront la tâche. Vous pouvez également recourir aux services d'un professionnel.

**Remarque :** les solutions hébergées telles que WordPress, Blogger et TypePad se chargent d'effectuer les mises à jour.

## Tester, évaluer, mettre au point et tester de nouveau

L'examen des statistiques peut vous donner une précieuse indication de la performance de votre blogue. Elle peut également vous aider à déterminer ce qui fonctionne bien et moins bien afin que vous puissiez vous concentrer sur les sujets qui contribueront à accroître votre lectorat. Examinez les statistiques de votre blogue fréquemment et adaptez vos billets en conséquence.

Selon les objectifs que vous avez établis à l'égard de votre blogue, la mesure des résultats portera sur des éléments différents. Le tableau ci-dessous présente les données que plusieurs blogueurs d'entreprise réunissent pour mesurer le succès de leur blogue.

## COMMENT MESURER LE SUCCÈS DE VOTRE BLOGUE

Principales mesures à contrôler Google Analytics	Résultats révélés
Nombre de visiteurs mensuel	Le nombre de visiteurs enregistré par votre blogue. Ce paramètre vous aidera à déterminer la portée.
Pages vues	Indique les articles qui ont reçu le plus de visiteurs, révélant lesquels ont été fructueux et lesquels ne l'ont pas été. Vous aidera à choisir des sujets futurs pour vos billets.
Pages ou sites référents	Indique les sites Web ou sites de réseautage social qui ont amené des visiteurs sur votre site.
Mots-clés et recherches lancées	Indique ce que recherchent les visiteurs et le mot utilisé dans votre contenu qui a suscité les meilleurs résultats.
Abonnés	Indique le nombre de personnes qui se sont abonnées à votre blogue. Il s'agit d'une excellente mesure du degré d'appréciation étant donné que ces lecteurs ont choisi de recevoir vos billets.
Commentaires générés	Indique le nombre de commentaires formulés relativement à vos billets. Contribuera à révéler les billets et les sujets qui suscitent le plus d'intérêt.
Partages dans les médias sociaux	Indique le nombre de personnes qui ont partagé votre contenu par l'intermédiaire de sites tels que Facebook, Twitter, etc. Démontre la pertinence et l'attrait du contenu de votre blogue.

### Quel est l'avenir des blogues?

- Les blogues sont pris au sérieux comme solution de rechange aux médias grand public, car de plus en plus de gens sont d'avis qu'il s'agit de sources de renseignements de qualité et d'actualités.
- Le blogage d'entreprise connaît une lente diminution en raison de la tendance des grandes entreprises ayant une solide image de marque à recourir à différentes stratégies marketing. Par ailleurs, les entrepreneurs et les petites entreprises recourent toujours en grand nombre au blogage afin de mettre en valeur leur offre de produits et services en procurant des renseignements à valeur ajoutée qui soutiennent leurs activités commerciales.
- Le partage de billets et le renvoi à des billets se font de plus en plus par l'intermédiaire des réseaux sociaux.
- Vu l'usage croissant des dispositifs mobiles, les gens ont amorcé la transition du blogage classique au microblogage, qui consiste essentiellement en la création de billets lorsqu'on est en déplacement.

- Les blogueurs au foyer qui sont très branchés sur leur communauté se font de plus en plus entendre en ligne. Acceptant de bloguer au sujet de produits, ce groupe exerce une influence et un impact important sur les marques. Par conséquent, ces blogueurs continueront d'être pris au sérieux.
- Avec le temps, la nature de contenu plus dense des blogues pourrait faire place au contenu en temps réel et aux « clips sonores » diffusés au moyen de mises à jour de statut dans les réseaux sociaux et de microbillets.

### Autres brochures portant sur des sujets connexes

- *Les médias sociaux au service des petites entreprises*
- *Augmentation du trafic sur son site Web au moyen du référencement*

Pour consulter ou télécharger ces brochures, rendez-vous à [ontario.ca/affaireselectroniques](http://ontario.ca/affaireselectroniques).

## Glossaire

**Abonnement** : méthode grâce à laquelle un lecteur peut être avisé de la publication de nouveaux billets; l'abonnement se fait habituellement au moyen d'un gadget logiciel.

**Agrégateur** : entreprise qui assure un service intermédiaire entre les fournisseurs de contenu, les fournisseurs d'applications et les fournisseurs de services de téléphonie mobile. On peut y recourir à plusieurs fins, notamment la gestion des campagnes, l'analyse, l'administration de même que la facturation.

**Annuaire de blogues** : base de données consultable des blogues répertoriés par catégorie et sous-catégorie permettant aux propriétaires de site d'y soumettre leur blogue afin qu'il soit ajouté à la liste. Votre blogue peut ainsi être répertorié par les moteurs de recherche.

**Appel à l'action** : expression qui indique à votre public ce que vous voulez qu'il fasse après avoir pris connaissance de votre matériel de marketing (p. ex. « Apprenez-en davantage », « Commandez dès maintenant », « Téléchargez ici »).

**Blogage sur invitation** : publier des articles, des vidéos, des balados, etc. sur le blogue d'une autre personne, à l'invitation de celle-ci.

**Étiquetage de référencement** : processus qui consiste à ajouter des étiquettes, c'est-à-dire des mots clés, à chaque billet de blogue afin d'aider les moteurs de recherche à trouver du contenu pertinent. La gestion de l'étiquetage s'effectue au moyen de la page de rédaction des billets du blogue.

**Fil RSS (Really Simple Syndication)** : format de syndication de contenu Web utilisé pour publier du contenu faisant l'objet de mises à jour fréquentes et permettant aux utilisateurs de s'abonner au contenu le plus récent d'un site. Le RSS est en quelque sorte votre propre service de transmission.

**Gadget logiciel** : application interactive à fin unique utilisée pour améliorer ou intégrer une fonctionnalité sur un site Web ou un blogue. Il peut s'agir d'un outil ou de contenu, qui est généralement ajouté en la faisant glisser et déplacer.

**Google Alertes** : méthode servant à savoir si une personne parle d'un sujet en particulier ou utilise une expression-clé. Il s'agit d'une excellente façon de savoir si quelqu'un « parle de vous ».

**Langage JavaScript** : langage script utilisé principalement pour créer des pages Web interactives dynamiques. Par exemple, les développeurs Web peuvent utiliser le langage JavaScript pour valider l'entrée de formulaires, créer des images réactives et ouvrir des fenêtres contextuelles.

**Magazine électronique** : magazine en ligne diffusé sur un site Web ou par d'autres voies électroniques.

**Médias sociaux** : médias en ligne en évolution rapide comprenant divers outils Web permettant aux utilisateurs de communiquer aisément par l'entremise d'Internet en partageant de l'information et des ressources.

**Mention « J'aime » dans Facebook** : au lieu de commenter un message ou une mise à jour de statut, un utilisateur Facebook peut cliquer sur le bouton « J'aime » pour signifier rapidement son approbation et partager le message.

**Mesure** : processus de collecte de données permettant d'évaluer un élément quantifiable ayant trait à la performance d'une entreprise.

**Mots-clics (#)** : série de caractères précédée du signe # que l'on ajoute aux micromessages sur Twitter afin d'en indiquer le sujet de sorte à faciliter le suivi de tous les messages de même nature (p. ex. #ConférenceNumérique12 – toutes les personnes participant à la conférence peuvent suivre les conversations sur les activités organisées au cours de cette rencontre et sur les opinions formulées à l'égard de celle-ci.).

**PAC (paiement au clic)** : forme de publicité sur les moteurs de recherche dont le paiement est établi uniquement en fonction du nombre de clics découlant de mots clés déterminés à l'avance.

**Partage de signets** : recours à un service qui permet aux utilisateurs de marquer du contenu important consulté en ligne.



« **Pinging** » : dans l'univers du blogage, le Ping est un mécanisme de diffusion basé sur le XML-RPC (langage de balisage extensible pour appel de procédure à distance) au moyen duquel un blogue indique à un serveur que son contenu a été mis à jour.

**Plugiciel** : élément logiciel qui s'ajoute à une application plus importante pour en étendre les fonctions et que l'on trouve fréquemment dans un blogiciel comme WordPress.

**Publicité par mots-clés** : annonce qui apparaît lorsque des termes pertinents sont tapés dans un moteur de recherche.

**Référencement** : processus qui consiste à attirer le trafic sur un site Web par le truchement des recherches effectuées au moyen des moteurs de recherche.

**Réseautage social** : utilisation d'un site Web social spécialisé afin de communiquer de façon informelle avec d'autres membres du site, de partager du contenu, d'interagir et de développer des communautés fondée sur des intérêts communs.

**Robot** : programme informatique qui s'exécute automatiquement. À titre d'exemple, les robots de Google s'exécutent dans votre site Web afin de recueillir de l'information.

**Service de Ping** : service d'abonnement à des utilitaires Ping qui diffuse votre Ping aux plus importants moteurs de recherche ou annuaires de blogues auxquels vous avez choisi d'établir une connexion.

**Transmission de microbillets** : sur Twitter, message republié ou transmis par un utilisateur qui désire le partager avec ses abonnés.



Pour de plus amples renseignements :

Téléphone : (416) 314-2526

Télécopieur : (416) 325-6538

Courriel : [E-Business@ontario.ca](mailto:E-Business@ontario.ca)

Cette publication fait partie de la **Trousse d'outils sur les affaires électroniques**, qui comprend une série de brochures portant sur des notions avancées d'affaires électroniques et un guide d'initiation intitulé *Comment profiter des affaires électroniques*. Vous trouverez cette trousse à [ontario.ca/affaireselectroniques](http://ontario.ca/affaireselectroniques).

© Imprimeur de la Reine pour l'Ontario, 2013