



# Peu de blogues pour les conseillers

MAXIME JOHNSON  
CHRISTIAN LEDUC

**M**ême si Internet devrait compter quelque cent millions de blogues en 2007, les conseillers en services financiers québécois se font plutôt discrets sur la Toile. Ce nouveau mode de communication permet pourtant d'obtenir de nouveaux clients, d'informer les gens et de faire valoir ses opinions.

Un blogue – provenant des mots anglais «*Web*» et «*logs*» – est une forme de journal de bord où l'auteur publie régulièrement des messages. «*Pour moi, bloguer, c'est exprimer son point de vue, communiquer avec les gens et favoriser les échanges*», explique Fabien Major, conseiller indépendant et blogueur sur le site [mesfinances.branchez-vous.com](http://mesfinances.branchez-vous.com).

M. Major est l'un des rares conseillers à bloguer actuellement au Québec. Tous les deux jours environ, il commente l'actualité touchant les finances personnelles et donne son avis sur différents sujets reliés au monde des affaires.

«*Les consommateurs, face aux produits financiers, sont souvent démunis. Et ce n'est pas en lisant des*

prospectus de fonds que les gens vont se mettre à en apprendre davantage», croit le conseiller. Son blogue permet donc de combler cette lacune, tout en lui apportant des clients de qualité, bien informés.

Pour Jean-François Renaud, associé-fondateur d'Adviso, une firme d'experts en stratégie et marketing Internet, un blogue est un outil de promotion bien plus efficace pour les conseillers qu'un site Internet de facture classique, puisqu'il s'agit d'un moyen de communication plus humain.

«*Le conseiller peut faire découvrir sa démarche et sa personnalité d'une manière plus informelle, plus humaine. Comment travaille-t-il? En quoi a-t-il aidé une famille à prendre telle décision? Des choses qui ne peuvent pas être racontées sur un site Internet traditionnel*», explique le spécialiste en stratégies et technologies Internet.

C'est d'ailleurs cet aspect humain qui prend du temps au blogueur Jacques Brouillard. Si sa chronique hebdomadaire à [planification.branchez-vous.com](http://planification.branchez-vous.com) se fait assez rapidement, répondre aux courriels des lecteurs lui

demande environ une heure par jour. «*En fait, je me limite à une heure, précise le conseiller financier du Groupe Investors. Cela pourrait bien en prendre 24, mais je ne dois pas pénaliser mes clients non plus.*»

Depuis les trois ans qu'il blogue, Jacques Brouillard s'est attiré plusieurs clients grâce à ses chroniques. «*C'est loin d'être la majorité de ma clientèle, mais il y en a quelques-uns que j'ai rencontrés après avoir discuté par courriel sur Internet*», estime-t-il.

Ce n'est toutefois pas la seule raison qu'il a de bloguer. «*Une partie de notre rôle comme planificateur financier est d'informer les gens, explique-t-il. C'est aussi cette fonction que mon blogue me permet de remplir.*»

## Pourquoi si peu?

Alors que certains domaines professionnels regorgent de blogues, ceux-ci ne font pas légion dans le milieu de la planification financière au Québec. Pourquoi est-ce ainsi?

Selon Fabien Major, les blogues de planificateurs financiers se font rares au Québec à cause du nombre de moins en moins élevé de conseillers indépendants. «*La plupart des conseillers d'aujourd'hui travaillent dans des institutions financières qui leur font signer des contrats comportant des clauses sur leur devoir de réserve*», explique-t-il.

De plus, Fabien Major considère que le phénomène des blogues est relativement nouveau au Québec et peu connu des conseillers. Pourtant, le nombre de lecteurs de ces sites Internet est en général toujours en hausse, et plusieurs seraient probablement intéressés à se faire expliquer le monde des services financiers d'une façon un peu plus humaine. **OC**