

02.06.2011 - 09:17 - GILLE DES ROBERTS

Développement des affaires

[Imprimer](#)

## Le blogue, cet outil encore trop négligé

DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES - Fabien Major est catégorique : les conseillers qui n'ont pas de blogue ou n'utilisent pas les médias sociaux négligent un puissant outil de développement des affaires.

« Mon blogue m'a permis de doubler mes ventes. Il crée de la valeur en augmentant mon achalandage et il m'a permis d'agrandir mon réseau avec des contacts insoupçonnés. Encore hier, quelqu'un m'a contacté en me disant que cela faisait deux ans qu'il me lisait et qu'il avait décidé de transférer son portefeuille chez moi », confie le propriétaire de la firme [Major gestion d'actifs](#).

« J'ai appris qu'en affaires il y a une règle très simple : les gens vous aiment ou ne vous aiment pas. Avec mon blogue et les médias sociaux, je multiplie par 1 000 les occasions d'entrer en contact avec la première catégorie et je multiplie également les chances de transformer ces lecteurs en clients en donnant de bonnes informations », indique [Fabien Major](#).

La bonne information factuelle et utile est d'ailleurs la case de départ d'un blogue efficace. Et Fabien Major insiste sur le fait que les conseillers ont en main toutes les données nécessaires pour lancer un blogue. « Notre métier nous oblige à faire beaucoup de lectures et de colliger beaucoup d'informations. La plupart des conseillers ont déjà la matière nécessaire pour un blogue. Je n'ai rien inventé. J'ai utilisé des informations que j'avais à ma disposition pour lancer mon blogue avec une plate-forme gratuite [Wordpress](#). Il a beaucoup évolué depuis 2005, et je gère ses contenus et ceux des médias sociaux avec [Hootsuite](#), mais c'est un investissement marginal pour la firme », explique le conseiller en placement.

Ce dernier a d'ailleurs raffiné sa stratégie de médias numérique en doublant au fil d'arrivée les grandes banques pour enregistrer les noms de domaine [celi.ca](#) et [deuxièmeavis.com](#) qui sont devenus des portes d'entrée pour le site Internet de son entreprise.

« Un blogue vous donne aussi la matière pour alimenter Twitter et Facebook. Vous devez utiliser des extraits plus courts et plus percutants, mais il suffit d'un peu de pratique pour développer cette habitude. L'effet de toute cette communication par le blogue et les médias sociaux c'est un meilleur référencement dans Google. Il suffit de bien gérer ses mots clés dans les contenus pour obtenir un bon classement gratuit avec ce moteur de recherche. La pire erreur pour les conseillers en placement c'est de s'abstenir de faire un blogue et d'utiliser les médias sociaux », assure Fabien Major dont le blogue reçoit en moyenne 10 000 visites uniques par mois et qui est suivi par 3 450 personnes sur Twitter.

Ce dernier se prépare à ajouter un autre canal de communication à son plan de développement d'affaires. Il a acquis l'équipement nécessaire pour tourner et diffuser des vidéos hautes définitions et même transformé un coin de ses bureaux en petit studio de télé. Prochaine étape : FabienTV?

**Lire aussi:**

Pour bien bloguer, fixez vos priorités!

Protégez vos informations privées en quelques clics

Lancer ou non son blogue de conseiller en 2011?



Droits de reproduction et diffusion réservés © 2007 Médias Transcontinental