

Aujourd'hui, les marques peuvent s'affranchir des supports de communication traditionnels pour devenir elle-même un média, plus précisément une marque média. Pour atteindre cet objectif, devenir légitime et une référence pour leurs clients, elles doivent publier des contenus qui résonnent avec les attentes de leurs lecteurs.

Tenir un blog thématique est un moyen d'**installer sa marque** dans le paysage du thème traité, de mobiliser une **audience captive** des sujets abordés et d'en tirer un bénéfice technique **au service de son business**.

LA MARQUE

- En traitant votre thématique spécifique par des articles et/ou des vidéos, vous associez fortement dans l'esprit de vos lecteurs le nom de votre entreprise (ou le nom utilisé pour votre blog) qui **devient une référence sur le sujet traité**.
- Plus vous publiez des contenus pertinents, plus **vous construisez votre crédibilité** sur votre sujet. Vous renforcez cette notion de marque média capable de répondre aux questions que se posent vos lecteurs sur le sujet.
- En décryptant les tendances de votre secteur, vous serez **reconnu comme son expert incontournable**.

L'AUDIENCE

- Traiter un seul sujet à fond rend votre **lectorat captif et fidèle** qui sait pourquoi il s'abonne à votre blog, à votre marque média.
- Les consommateurs d'informations précises à forte valeur ajoutée apprécient d'interagir entre eux pour partager leur expérience du sujet. Vous agrégez ainsi chez vous **une communauté d'intérêt** qui représente bien plus qu'un simple lectorat.
- La cohérence éditoriale de l'ensemble des publications permet de **renforcer la fréquence de publication** sans contrainte de suppression.

LA TECHNIQUE

- Un thème précis, traité régulièrement fournit les **bons indicateurs à Google** pour le référencement de votre blog.
- Votre expertise avérée de votre sujet amène ceux qui traitent des thématiques connexes à **vous citer sur leurs médias**, renforçant votre **crédibilité** et donc votre note Google pour le référencement.

L'agence Eliott&Markus accompagne ses clients dans leur **réflexion stratégique** pour transposer avec succès leur stratégie d'entreprise sur le digital. Un des piliers consiste à définir **vos valeurs** qui déterminent **la ligne éditoriale** pour installer **vos médias comme référents sur votre cœur business**.

Crédit photo : [snig](#) / [Shutterstock.com](#)

A propos de l'agence :

Eliott&Markus est une agence de conseil marketing et communication dédiée aux cabinets de services professionnels, aux

professionnels du conseil et de l'expertise intellectuelle.

Nos métiers sont organisés pour atteindre les objectifs de nos clients : créer et mettre en place la stratégie marketing et communication off et online, gérer la communication et décliner le plan opérationnel, créer les supports de communication opérationnels.

Contact : **Gwénaëlle Henri**, g.henri@eliott-markus.com