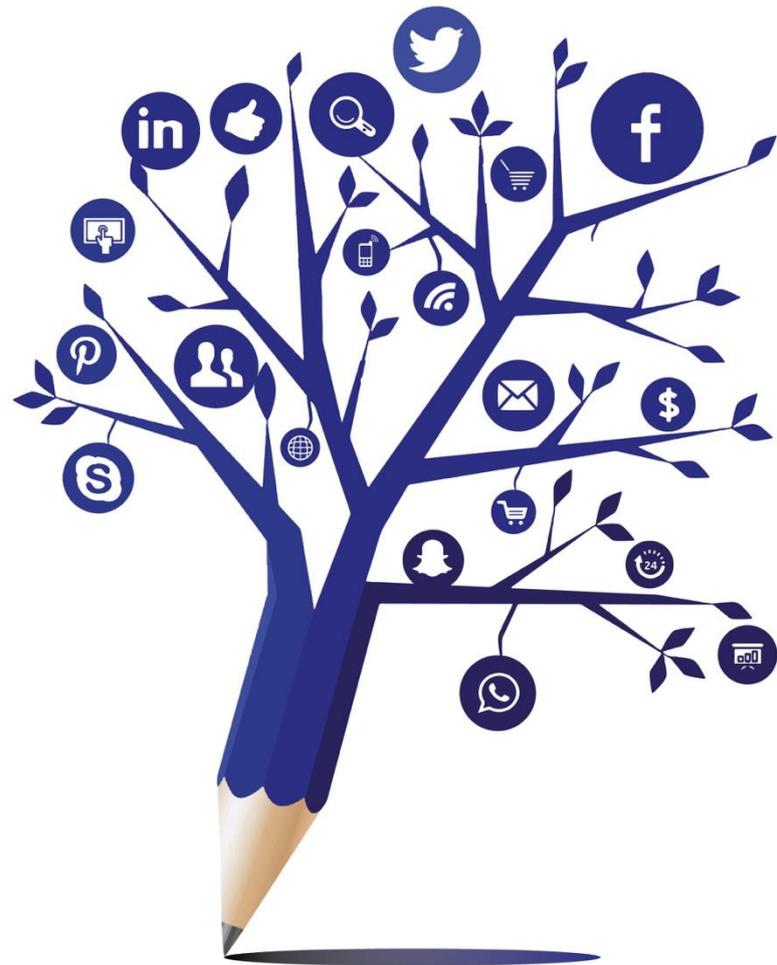


Présente



# eBook : Introduction au Marketing digital

Make it with Internet

Contact : +237 683 750 932 | [igrowth@yoko-co.cm](mailto:igrowth@yoko-co.cm)



## Table des matières

<b>Marketing digital : Définition .....</b>	<b>3</b>
<b>Internet.....</b>	<b>4</b>
<b>Les 13 leviers du marketing.....</b>	<b>5</b>
1- La stratégie web.....	5
2- email marketing .....	7
3- Le référencement naturel .....	7
4- Le référencement payant.....	7
5- Le display.....	8
6- Les réseaux sociaux .....	8
7- Le retargeting.....	8
8- Les comparateurs de prix.....	8
9- L'affiliation.....	8
10- Les places de marché / market place .....	8
11- Le mobile marketing.....	9
12- Les relations presse.....	9
13- Le Growth Hacking.....	9
<b>Les métiers du marketing digital.....</b>	<b>10</b>

## Marketing digital : Définition

Le **marketing digital** également couramment appelé **marketing** numérique ou webmarketing désigne l'ensemble des techniques **marketing** utilisées sur les supports et canaux digitaux. Le terme est probablement appelé à disparaître dans la mesure où le **marketing** a tendance à devenir « par essence **digital** ».

Le marketing digital recouvre essentiellement les applications marketing liées à l'Internet « traditionnel », mais également celles liées aux téléphones mobiles, tablettes, GPS et autres applications et objets connectés. Le marketing mobile (sites mobiles + applications mobiles) y prend une place de plus en plus importante.

**Impossible de parler de marketing digital sans avoir au préalable parler de marketing traditionnel. Pareil dans l'élaboration d'une stratégie.**

**Pourquoi passer en mode digitale : La transformation digitale**

**Depuis peu on a à faire à l'expression « Transformation digitale ». Qu'est-ce que c'est ?**

**Il s'agit d'un processus de digitalisation d'une population, d'une entreprise, d'un produit ou d'une marque dans le but d'atteindre des objectifs tels que : vulgariser sa culture, augmenter sa notoriété, augmenter son chiffre d'affaire, communiquer avec sa cible à une échelle locale ou planétaire et sans se déplacer.**



### Internet

**Internet** est le réseau informatique mondial qui rend accessible au public des services divers et variés comme le courrier électronique et le World Wide Web (plus couramment appelé Web). Techniquement, **Internet** se définit comme le réseau public mondial utilisant le protocole de communication IP (**Internet** Protocole).

**Sans internet, on ne saurait parler de transformation digitale.**

**Quoi de mieux qu'un réseau connecté au monde entier pour se faire connaître ou vendre.**

**Avec internet plusieurs grandes entreprises ont pu voir monter leur taux de notoriété à l'échelle mondiale et ainsi est devenu de plus en plus prisé par les marketeurs des de la nouvelle aire.**

## Les 13 leviers du marketing

Le marketing digital se positionne comme le levier de croissance de ces prochaines années. Il est temps de vous lancer dans diverses actions pour vous faire connaître davantage, cibler efficacement vos clients potentiels, connaître votre marché, interpréter vos statistiques, obtenir du trafic qualifié... Voyons comment utiliser les leviers du Web pour développer la visibilité de votre boutique en ligne et de votre activité e-commerce.

Quels sont les leviers principaux du marketing digital ?

Comment peut-on faire du webmarketing ?

**Découvrez les 13 leviers principaux du webmarketing :**

### 1- La stratégie web

Une **stratégie web** est un plan stratégique à long terme qui indique comment créer et développer la présence en ligne de votre entreprise. Pour résumer ça en une phrase : pour être trouvé par vos utilisateurs, votre site doit être « connecté » aux moteurs de recherche, aux réseaux sociaux, aux sites de votre secteur, etc.





### **Étape 1 : La création d'un site web**

Un **site web** ne doit pas simplement donner de l'information à vos visiteurs, il doit surtout les convertir en fonction des objectifs que vous vous êtes fixés : augmenter le nombre de leads, développer les listes courriels, augmenter les ventes en ligne...

Arborescence, contenus, formulaires et boutons d'action : le site dans son ensemble doit être conçu pour remplir ces objectifs. Tous les efforts que vous ferez pour générer du trafic sur le site seront ainsi mieux récompensés grâce à un meilleur taux de conversion !

### **Étape 2 : Mettez en place une stratégie SEO ciblée et réaliste**

Le **SEO que l'on appelle aussi référencement naturel** vous permettra de générer sur la durée du trafic qualifié sur votre site. Analyse des mots-clés et de la concurrence, optimisations techniques sur votre site, création de liens et suivi des résultats sont les clés d'une stratégie SEO réussie. Ne négligez pas cette étape : le trafic généré par le SEO est souvent le plus important et aussi celui qui converti le mieux !

### **Étape 3 : Utilisez la précision du ciblage des campagnes SEM**

Pour renforcer votre présence sur certains mots-clés, pousser une offre spécifique ou tester un nouveau marché, vous aurez certainement besoin de mettre en place plusieurs **campagnes Adwords**, les annonces sponsorisées que l'on retrouve dans les résultats des moteurs de recherche. Définition des cibles et de la géolocalisation, choix des mots-clés, conception du message et ajustement du CPC sont les principaux éléments d'un mixte qui grâce à ses capacités de ciblage extrêmement précises peut vous apporter d'excellents résultats !

### **Étape 4 : Créez régulièrement du contenu engageant pour vos cibles**

Avant de créer un blog et de vous lancer sur les réseaux sociaux, pensez d'abord à votre stratégie de **contenu pertinente** pour votre activité. Concevez un calendrier rédactionnel pour vous assurer une prise de parole régulière en pensant à des sujets susceptibles d'intéresser vos cibles. Bien référencés, les articles que vous posterez pourront vous apporter du trafic qualifié bien après leur période de diffusion ! Pour en savoir plus, consultez notre article dédié à ce sujet.

### Étape 5 : Créez du lien avec vos cibles sur les réseaux sociaux

Les médias sociaux sont un excellent moyen de rétention et permettent une prise de parole moins formelle que sur vos supports classiques. Ne pensez cependant pas qu'ils vont vous générer directement plus de vente : ils vont avant tout vous aider à créer un lien et garder le contact avec vos communautés. Ils permettent également de générer facilement de nombreux leads avec la mise en place de concours pour votre entreprise. Pensez aussi à les alimenter, il n'y a rien de pire qu'une page Facebook dont le dernier post daterait de l'année dernière !

### Étape 6 : Bâissez une stratégie email marketing performante

#### 2- email marketing

L'email marketing est également un excellent moyen pour générer du trafic sur votre site, développer vos revenus ou tout simplement garder contact avec vos différents publics. Prévoyez une fréquence d'envoi suffisante mais raisonnable et renforcez l'efficacité de vos échanges en utilisant les fonctionnalités de personnalisation et segmentation que proposent les plateformes actuelles.

Vous voulez vous lancer et développer vos revenus grâce à une stratégie marketing web performante ?

#### 3- Le référencement naturel

Le référencement naturel consiste à positionner son site sur les meilleures places de résultat dans le moteur de recherche Google.

Si vous êtes vendeur de pièce automobile et qu'un internaute fait la recherche d'une des pièces que vous vendez, par exemple « Mes bougies d'allumage » il doit pouvoir tomber directement sur votre site internet selon sa zone géographique.

#### 4- Le référencement payant

Encore appelé search engine advertising (SEA), le référencement payant consiste à faire optimiser le positionnement d'un site dans le but d'accroître sa visibilité et son chiffre d'affaire.

### 5- Le display

Le display décrit les formats publicitaires sur le web utilisant des images et des visuels. Le **display** est considéré comme la forme classique de la publicité sur les pages web. Il est l'une des toutes premières formes de publicité sur internet. 5- L'email marketing

### 6- Les réseaux sociaux

Qu'est-ce que c'est ?

Les réseaux sociaux sur Internet sont des applications ayant comme objectif de relier des amis, des connaissances ou des associés.

### 7- Le retargeting

Le retargeting est une pratique publicitaire qui consiste le plus souvent à cibler un individu qui a visité un site Internet, mais pour lequel il n'y a pas eu achat ou transformation lors de cette visite. Les pratiques de retargeting les plus courantes sont celles mises en œuvre par les acteurs du e-commerce.

### 8- Les comparateurs de prix

Un **comparateur de prix**, est un guide de shopping en ligne : Le site vous aide bien sûr à **comparer** les **prix** d'une large gamme de produits mais référence aussi des avis, des tests de produits et un guide d'achat pour vous permet aussi de savoir rapidement quel produit correspond le mieux à votre portefeuille.

### 9- L'affiliation

L'**affiliation** sur Internet **est** une technique marketing permettant à un site web annonceur (affilié) de promouvoir ses produits ou ses services en proposant une rémunération à d'autres sites web éditeurs (affiliés) en échange d'un apport de ventes, d'inscriptions ou de trafic.

### 10- Les places de marché / market place

C'est un gestionnaire de flux.

Vous avez un produit et vous voulez étendre votre réseau de vente. Pour cela tout comme un déballeur du marché central de Douala cherche à trouver un espace où beaucoup de personnes passent, vous devez exposer votre produit dans une market place (site avec beaucoup de trafic) pour optimiser vos ventes. En général le deal est le suivant :

Vous disposez d'une image ou vidéo dans la market place et le propriétaire bénéficie d'un pourcentage à chaque fois qu'une vente est réalisée via son site.

### 11- Le mobile marketing

Il s'agit ici d'orienter les campagnes marketing vers le mobile.

### 12- Les relations presse

Gérer votre image auprès des journalistes et des influenceurs afin de vous faire devenir l'expert incontournable de votre marché grâce à une présence stratégique dans les médias clés.

### 13- Le Growth Hacking

Le terme **Growth hacking** peut se traduire en français par « piratage de croissance ». Il est devenu une partie à part entière du jargon marketing et business des startups.

La définition simple de ce terme serait : *Ensemble de techniques de marketing permettant d'accélérer rapidement et significativement la croissance (=growth) d'une start-up.*



## Les métiers du marketing digital

---

**Responsable de la stratégie digitale**

---

**Marketing business analyst**

---

**Data scientist/Data miner**

---

**Responsable marketing opérationnel**

---

**Responsable marketing relationnel et CRM**

---

**Traffic manager**

---

**Chef de produit Web**

---

**Chef de produit Web / mobile**

---

**Brand manager / Responsable de la marque en ligne**

---

**Community manager**

---

**Social média marketing manager**

---

**Responsable contenu numérique**

---

**Analyst revenue manager**

