

MARKETING & COMMUNICATION DIGITALE

CHEIKH FALL

Chef de projet web - Social Media Manager

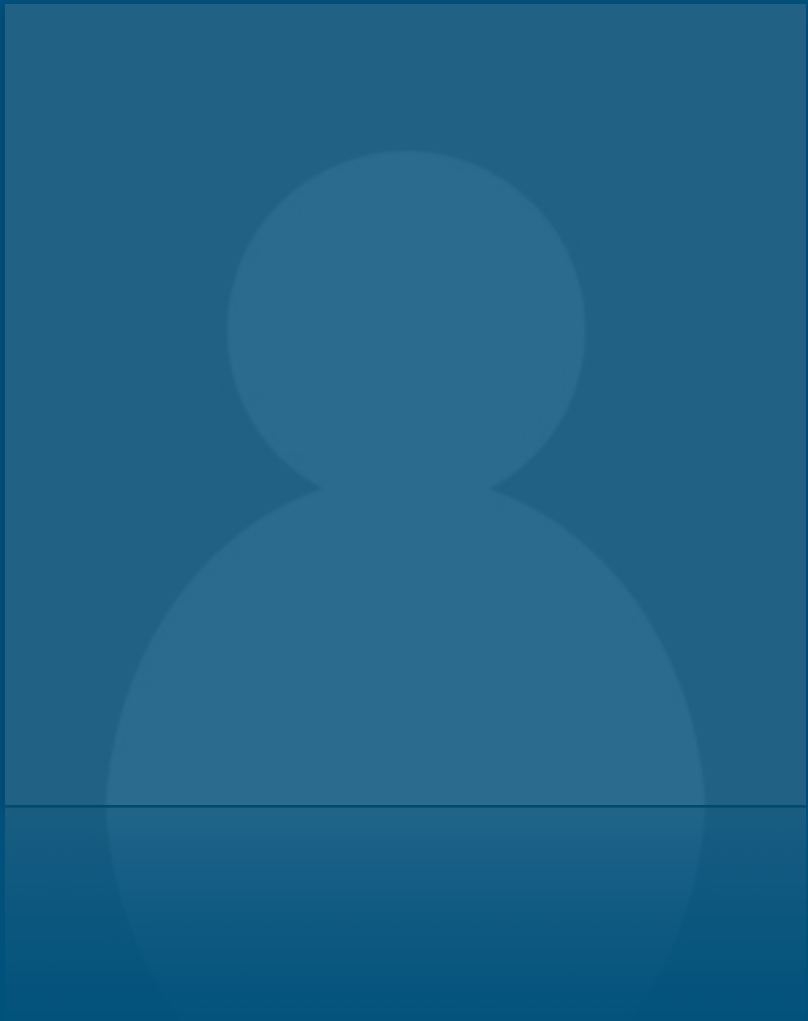
CEO 2XINE MEDIA : Agence Digitale
Nouveaux Médias et Stratégie Web

Mail : cheikhfall7@gmail.com

Twitter: @cypher007



LE CONTEXTE



Le contexte

Parce qu'aujourd'hui nous vivons le Web 2.0,
Parce que demain nos entreprises
deviendront des entreprises 2.0.

Parce qu'aujourd'hui un site Internet devient
synonyme de communication statique, et
monologue,

Parce qu'il faut dépasser l'analyse
quantitative pour se pencher sur le
qualitatif,

Parce que demain le blog corporate
permettra à l'entreprise de dialoguer avec
ses clients, ses partenaires, avec le monde.

Le contexte

- Internet est le média qui est de plus en plus consommé et le plus influent devant la Télé, la radio, les magazines et les quotidiens. Les internautes par ailleurs consommateurs estiment que ce média les aide à prendre de meilleures décisions.

- Un consommateur préfère toujours être guidé dans sa prise de décision par quelqu'un ayant déjà utilisé un service, un produit ou une marque du même type. Pour une décision importante, les consommateurs sollicitent l'opinion des autres internautes aux travers des sites de notations, des sites d'avis de consommateurs et des médias participatifs. Pour l'achat d'un téléviseur à écran plat ou d'un téléphone portable dernier cri par exemple, les consommateurs recherchent l'avis d'autres internautes pour finaliser leur décision.

Le contexte

- Seuls une infime partie des consommateurs font confiance en l'information fournie par les entreprises. Internet est donc utilisé comme un outil de comparaison et de défiance vis-à-vis des entreprises.

Aujourd'hui, c'est la qualité de la présence en ligne qui devient un enjeu majeur. Les consommateurs ne se sentent pas concernés par des messages institutionnels trop souvent policés et communs. De plus en plus, l'important pour émerger sur Internet est d'engager un véritable dialogue avec le consommateur, avec sérieux bien sûr, mais aussi avec audace."

Le contexte

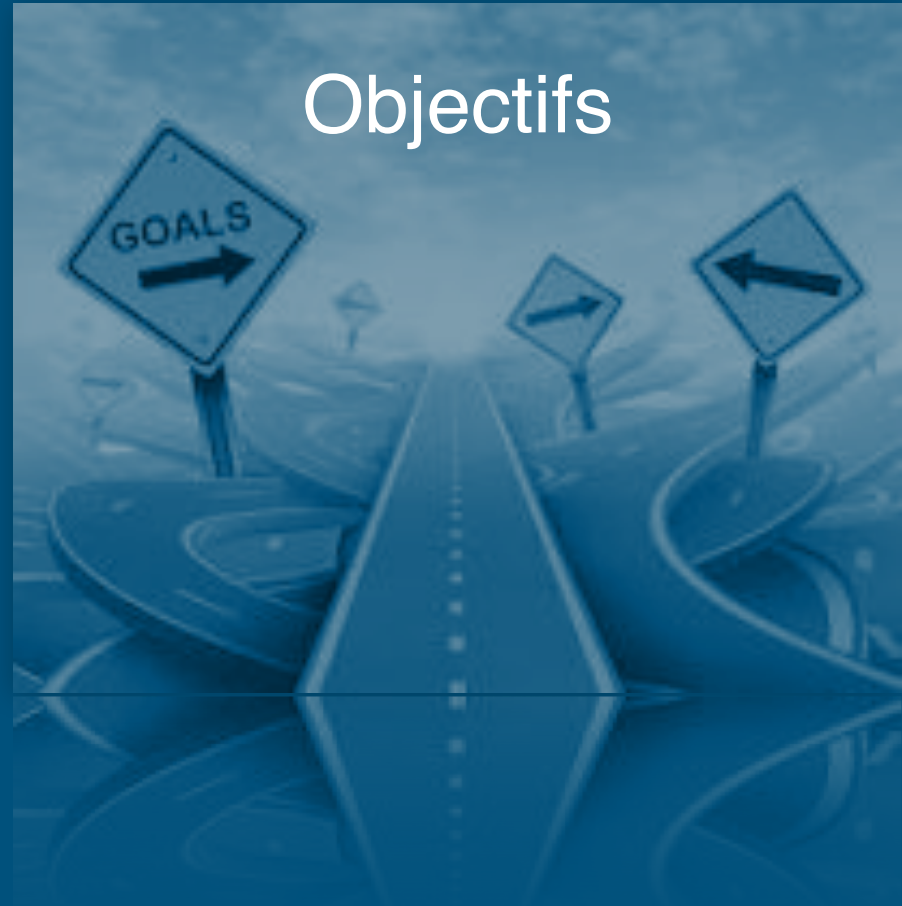
En somme, tout cela n'est pas nouveau, il y a belle lurette que Internet est au centre des conversations mais certaines des voies traditionnelles ouvertes par l'Internet commencent à donner des signes de fatigue. Quelques études, fort bien faites, ont montré récemment que les recommandations par bouche-à-oreille entre amis et gens se ressemblant par leurs profils prenaient de l'ampleur. De ce fait, les techniques de marketing traditionnel (bannières, search marketing, etc.) font passer leurs clients à côté de grandes opportunités.

LES OBJECTIFS



Objectifs

- Savoir intégrer les outils 2.0 dans la stratégie de l'entreprise pour promouvoir l'activité selon les objectifs et les cibles
- Concevoir un plan d'action Marketing et Communication digitale sur les différents canaux de communication
- Utiliser les leviers d'acquisition et de fidélisation du "Social Selling"
- Rédiger des contenus attractifs en optimisant le référencement



8, 9, 10 mars 2018

LES MODULES

- L'eMailing
- Usage professionnel et Marketing des réseaux sociaux
- Le référencement et l'inbound Marketing



8 mars 2018

Le référencement et l'inbound marketing

- Référencement naturel : fonctionnement des moteurs de recherche, bonnes pratiques pour améliorer sa position dans Google
- Référencement payant : Google Adwords, Organisation des campagnes
- Publicité online, retargeting, native advertising et affiliation

Les Modules



9 mars 2018

L'eMailing

- Stratégie et bonnes pratiques de l'emailing
- Découverte de l'outil MailChimp
- Mise en pratique et création de campagnes avec MailChimp

EMAIL
MARKETING

Les Modules



10 mars 2018

Usage professionnel et marketing des réseaux sociaux

- Marketing relationnel et digital
- Stratégie social média
- Stratégie de marketing communautaire
- Stratégie de dialogue et de modération
- Social Media & Social Shopping
- Social Ads

Les Modules



Le référencement et l'inbound marketing

- Référencement naturel : fonctionnement des moteurs de recherche, bonnes pratiques pour améliorer sa position dans Google
- Référencement payant : Google Adwords, Organisation des campagnes
- Publicité online, retargeting, native advertising et affiliation

Le référencement et l'inbound marketing

Référencement naturel : fonctionnement des moteurs de recherche, bonnes pratiques pour améliorer sa position dans Google



8 mars 2018

Le référencement et l'inbound marketing

Référencement naturel : fonctionnement des moteurs de recherche, bonnes pratiques pour améliorer sa position dans Google

Un peu de définition

Le référencement est le fait de référencer quelque chose, un contenu sur internet à travers des bases de données (moteurs de recherches, annuaires ...)

L'inbound marketing est une stratégie marketing management visant à faire venir le client à soi (sur Internet) plutôt que d'aller le chercher avec les techniques de marketing management traditionnelles de type outbound marketing.

Référencement + Inbound Marketing = SEO

Le référencement et l'inbound marketing

- Référencement naturel : fonctionnement des moteurs de recherche, bonnes pratiques pour améliorer sa position dans Google

Le référencement Google consiste à optimiser un site d'un point de vue technique (architecture du site et temps de chargement notamment), sémantique (qualité et pertinence du contenu), et de popularité (qualité et quantité des liens), en vue d'obtenir les meilleures positions sur Google.

8 mars 2018

Le référencement et l'inbound marketing

Référencement naturel : fonctionnement des moteurs de recherche, bonnes pratiques pour améliorer sa position dans Google

QU'EST-CE QUE LE TRIANGLE D'OR ?



The screenshot shows a Google search for "denver web design". The search bar at the top contains the text "denver web design" and a "Search" button. Below the search bar, the results are displayed. A yellow triangle is drawn over the first three organic search results, highlighting them. The results are as follows:

- 1. Fusionbox - Website Design, Denver, Colorado**
Fusionbox is a full-service web design and development company based in Denver, Colorado.
www.fusionbox.com/ - 8k - [Cached](#) - [Similar pages](#) - [Note this](#)
- 2. Denver Web Design | Colorado Web Design | Denver Web Site Design**
We are a Denver Colorado web design firm servicing Denver and Colorado's web design needs.
www.lighthouseweb.com/ - [Similar pages](#) - [Note this](#)
- 3. Web Design Denver | Web site design Denver Colorado | Denver Web ...**
New Media Denver have found that, for our clients both nationally and here in Denver, web design alone doesn't serve all their business needs. ...
www.newmediadenver.com/ - 15k - [Cached](#) - [Similar pages](#) - [Note this](#)

Below these are other search results, including "Denver Internet Marketing - Denver Web Design - Denver ...", "M A N G O 2007 | Denver Website Design | Boulder ...", "Denver Web Design | Denver Web Site Development | Denver Web ...", and "Denver Web Design by David! Award Winning Web Design in Denver ...".

On the right side of the page, there is a "Sponsored Links" section with several advertisements for web design services, including "Custom Web Development", "SEO, PPC & Web Design", "Fusionbox", "Colorado Web Design Firm", "Elevated Third Inc", and "Boulder Web Designer".

Le référencement et l'inbound marketing

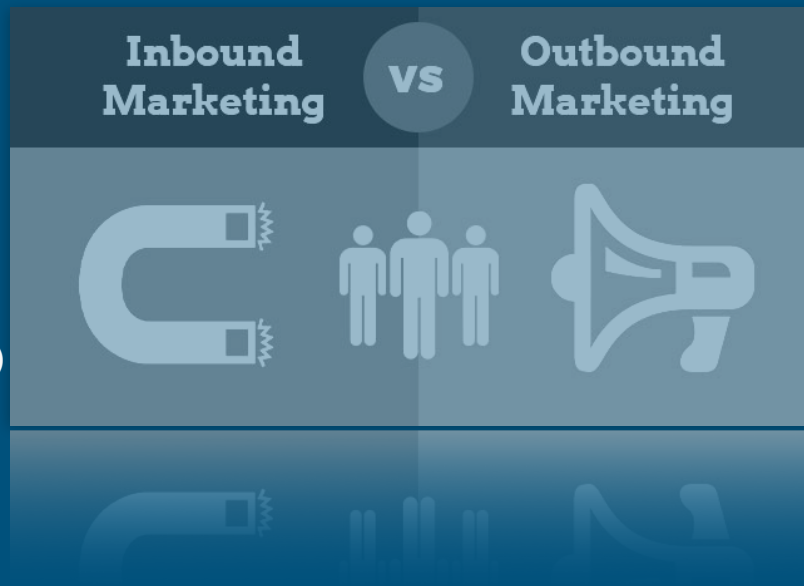
Référencement naturel : fonctionnement des moteurs de recherche, bonnes pratiques pour améliorer sa position dans Google

Inbound : Vous produisez du contenu marketing pour laisser le client venir (hameçonnage)

- blogs de site web
- réseaux sociaux
- référencement naturel
- newsletters
- livres blancs
- études de cas
- vidéos, podcasts

Outbound : Vous allez vers le client (offensive marketing)

- la publicité média et hors-média : Tv, presse, radio...
- les campagnes d'emailings
- les campagnes SMS
- l'achat d'espaces publicitaires
- les liens sponsorisés
- les publicités "sociales"



Le référencement et l'inbound marketing

Référencement naturel : fonctionnement des moteurs de recherche, bonnes pratiques pour améliorer sa position dans Google

QU'EST-CE QUE LE RÉFÉRENCEMENT NATUREL ?

Fonctionnement d'un moteur de recherche

- Exploration
- Indexation
- Diffusion

Le référencement naturel est un ensemble de techniques mises en place sur un site internet afin d'améliorer son positionnement dans les moteurs de recherche par exemple Google, Yahoo, Bing...

Le référencement naturel contrairement au référencement payant ne nécessite pas d'achat de mots-clés.

Le référencement et l'inbound marketing

Référencement naturel : fonctionnement des moteurs de recherche, bonnes pratiques pour améliorer sa position dans Google

Le contenu :

- + de contenu + de Positionnement
- + de spécialisation
- + à jour : aborder les dernières actualités du secteur
- + de 300 mots
- + d'authenticité (contenu non copié)

Les mots clés :

- short keywords tail
- long keywords tail
- ordre de pertinence

Référencement interne

- lier les vos pages (liens entre contenus)

Sitemap + Balises

```
<meta name="robots" content="index, follow" /> <title> <meta description> <meta keywords>
```

8 mars 2018

Le référencement et l'inbound marketing

Référencement naturel : fonctionnement des moteurs de recherche, bonnes pratiques pour améliorer sa position dans Google

À retenir

Backlinks : Plus les autres sites parlent de nous, plus nous gagnons en notoriété et positionnement (influenceurs ...)

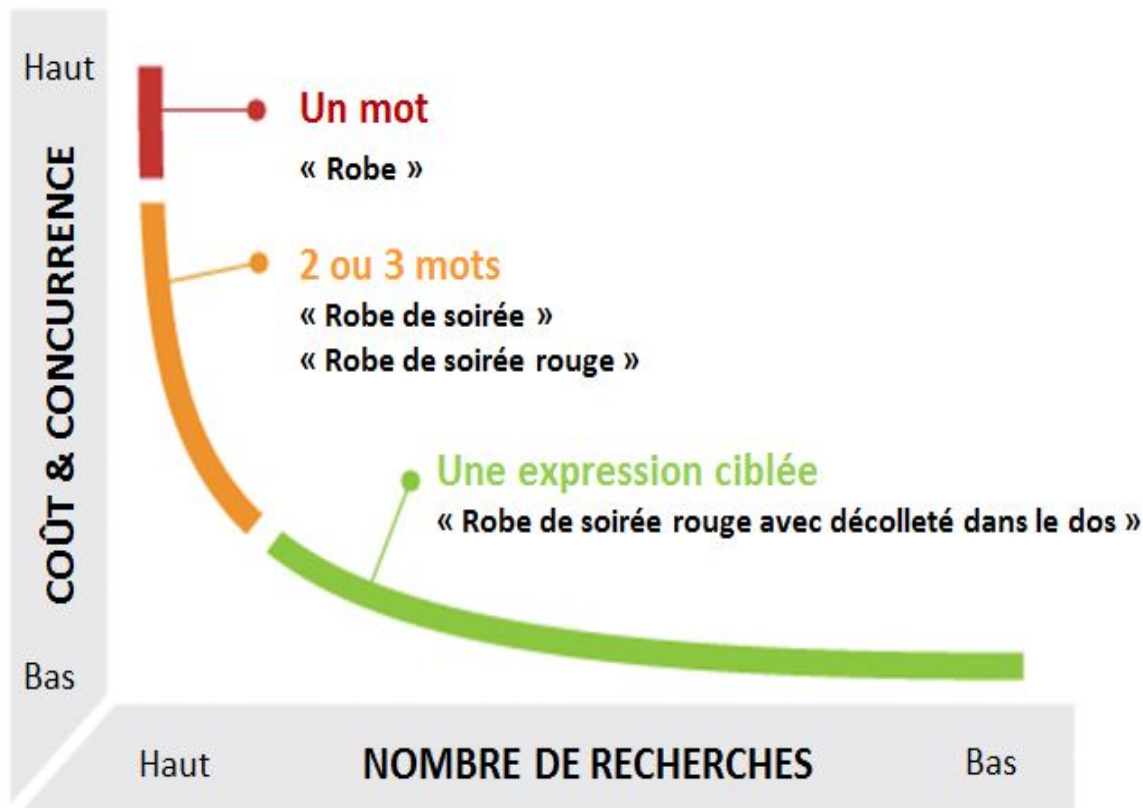
Le link building : Consiste à identifier les sites du même secteur et proposer qu'ils vous citent (communiqués de presse, annuaires web).

Link Earning : Les sites n'auront pas un autre choix que de reprendre ton contenu parce qu'il est le plus pertinent (infographie, études poussées...)

Le référencement et l'inbound marketing

Référencement naturel : fonctionnement des moteurs de recherche, bonnes pratiques pour améliorer sa position dans Google

À retenir



Le référencement et l'inbound marketing

Référencement naturel : fonctionnement des moteurs de recherche, bonnes pratiques pour améliorer sa position dans Google

À retenir :

- 1/ Sachez définir le référencement**
- 2/ Apprenez à connaître Google**
- 3/ Mettez-vous dans la peau de l'internaute**
- 4/ Développez les 3 piliers du SEO**
- 5/ Optimisez vos balises**
- 6/ Soignez contenus**
- 7/ Gagnez des liens**
- 8/ Structurez votre site**
- 9/ Formez-vous au SEO**
- 10/ Suivez et analysez vos résultats**

8 mars 2018

Le référencement et l'inbound marketing

Référencement naturel : fonctionnement des moteurs de recherche, bonnes pratiques pour améliorer sa position dans Google

Boîte à outils et tests :

- **keyword planner**
- **SpyFu**
- **<https://trends.google.fr/>**
- **<http://outils-seo.alwaysdata.net/outils-contenu-editorial/densite-mot-cle/>**

Le référencement et l'inbound marketing

Référencement payant : Google Adwords, Organisation des campagnes

Search Engine Marketing

Search Engine Optimisation

The image shows a Google search results page for the query "asesores fiscales profesionales". The search bar at the top shows the query and a search button. Below the search bar, the results are displayed in a grid. The first result is "Asesoría Fiscal - Te Garantizamos el mejor precio" from "clubdelasesor.com". The second result is "Para Asesores Fiscales | asesoriex.com". The third result is "Legálitas Abogados - 250 abogados, las 24h | legalitas.com". The fourth result is "ADADE ASESORES FISCALES Profesionales - AUDITORIA Laboral...". The fifth result is "ASOCIACION PROFESIONAL ASESORES FISCALES DE LA...". The sixth result is "Asociación Profesional Asesores Fiscales Profesionales". The seventh result is "Seguro de Responsabilidad Civil Profesional Asesores Fiscales". The eighth result is "Programa Ejecutivo de Asesores Fiscales | Instituto de Estudios...". The ninth result is "INICIO ASOCIACIÓN DE ASESORES FISCALES DE CANARIAS...". The tenth result is "Asesores Fiscales" from "serviciosempresarialesantaclara.es". The eleventh result is "Dudalia Empresas". The twelfth result is "Asesoría Integral Online". The thirteenth result is "Asesoría Financiera". The fourteenth result is "Asesores Laborales". The fifteenth result is "Asesoweb Profesional". The sixteenth result is "Azoguez & Madley". The seventeenth result is "Asesoría Online".

Annotations on the page include:

- A blue box labeled "SEM" highlights the first three search results.
- A green box labeled "SEO" highlights the fourth through ninth search results.

Le référencement et l'inbound marketing

Référencement payant : Google Adwords, Organisation des campagnes

Le référencement payant permet de gagner rapidement un fort trafic qualifié vers un site web avec une grande facilité. Ces liens sponsorisés apparaissent en premier sur les pages de résultats des moteurs de recherche.

Adwords de Google permet de choisir le mode de rémunération des annonces:

- CPM (Coût Par Mille impressions) : l'annonceur paie par un certain nombre d'affichages
- CPC (Coût Par Clic) : l'annonceur ne paie que lorsqu'un internaute clique

Votre première campagne

Une campagne est axée sur un thème ou un groupe de produits. Pour créer une campagne, vous devez définir un budget, choisir votre audience et rédiger votre annonce.

PRATIQUE !

8 mars 2018

Le référencement et l'inbound marketing

Publicité online, retargeting, native advertising et affiliation

La publicité en ligne désigne toute action visant à promouvoir un produit, service, une marque ou une organisation auprès d'un groupe d'internautes et/ou de mobinautes contre une rémunération.

Le retargeting (reciblage) consiste à afficher des messages publicitaires sous forme de bannières sur des sites internet après qu'un internaute a fait preuve d'un intérêt particulier pour un produit sur un autre site.

La publicité native permet d'intégrer un message publicitaire sous-jacent, en utilisant l'accroche plus pertinente du contenu. Et ça marche, puisque le ciblage est fait sur un contenu bien écrit et tourné sous la forme d'un article ou d'une tribune pour mettre en avant l'expertise et la connaissance d'une marque plutôt qu'un discours commercial qui n'intéresse plus du tout l'audience.

L'affiliation sur Internet est une technique marketing permettant à un site web annonceur de promouvoir ses produits ou ses services en proposant une rémunération à d'autres sites web éditeurs

8 mars 2018

Le référencement et l'inbound marketing

Publicité online, retargeting, native advertising et affiliation

PRATIQUE !

Création de Campagnes Retargeting

- Google Adwords : adwords.google.com
- Facebook

8 mars 2018

Le référencement et l'inbound marketing

Publicité online, retargeting, native advertising et affiliation

PRATIQUE !

Création de Campagnes Retargeting

- Google Adwords
- Facebook

8 mars 2018

Le référencement et l'inbound marketing

Publicité online, retargeting, native advertising et affiliation

-
- **Mots clés**
 - **Contenus**
 - **Contenu convivial**
 - **SEO interne**
 - **Respect des paramètres techniques**
 - **Constante présence en ligne et optimisation pour mobile**
 - **Page société chez Google**

9 mars 2018

L'eMailing

- Stratégie et bonnes pratiques de l'emailing
- Découverte de l'outil MailChimp
- Mise en pratique et création de campagnes avec MailChimp

EMAIL
MARKETING

Les Modules



9 mars 2018

L'eMailing

L'e-mail marketing est l'outil qui permet de construire une relation gagnante avec chacun de vos contacts.

LES AVANTAGES DE L'E-MAILING

- **Économise le budget Marketing**
- **Rapide et interactif**
- **Efficace**
- **Résultats quantifiables**
- **Maîtrise de sa cible**

9 mars 2018

L'eMailing

LES TYPOLOGIES DE L'E-MAILING

- L'E-MAIL COMME OUTIL D'INFORMATION
- L'E-MAIL COMME OUTIL D'ACQUISITION DE NOUVEAUX CLIENTS
- L'E-MAIL COMME OUTIL DE FIDÉLISATION
- L'E-MAIL COMME OUTIL DE QUALIFICATION OU DE COLLECTE
- L'E-MAIL COMME OUTIL DE PROMOTION OU D'INVITATION

9 mars 2018

L'eMailing

BON À SAVOIR

- **Identifier vos objectifs**
- **Construire votre cible**
- **Choisir votre outil**
- **Réfléchir à votre démarche**
- **Segmenter votre cible**
- **Se mettre à la place de vos clients**
- **Avoir un timing**

9 mars 2018

L'eMailing

MailChimp!

MailChimp



10 mars 2018

Usage professionnel et marketing des réseaux sociaux

- Marketing relationnel et digital
- Stratégie social média
- Stratégie de marketing communautaire
- Stratégie de dialogue et de modération
- Social Media & Social Shopping
- Social Ads

Les Modules

