



De nos jours, le Marketing Numérique est devenu incontournable dans presque tous les domaines, si bien qu'il se prévaut à la marque du XXI^e siècle. Tout passe par ce système intelligent : le commerce, les divers services, impossible d'y échapper, qu'il s'agisse des entreprises ou même d'un individu lambda. Exploité de façon optimale, il offrira à une société ou à un client aussi bien une praticité certaine que des avantages très considérables. Il existe des procédés divers pour en tirer un maximum de bénéfice, à l'évidence pour les deux parties.

LES AVANTAGES ACQUIS PAR LE MARKETING DIGITAL

Pour mieux valoriser ce système, il est plus judicieux de faire une entrée en la matière avec quelques principales approches.

Approche par le trafic de site web : simple, efficace et très pertinent, le trafic de site web permet de récolter des informations précises à un moment précis. En utilisant des logiciels tout à fait pratiques tels que l'analytique numérique, chaque entreprise aura des données fiables sur le nombre de ses visiteurs. Qui plus est, des informations connexes telles que le nombre de pages ou encore les coordonnées des visiteurs seront également fournies. Chose qu'une annonce publiée dans le journal ne permettra pas d'enregistrer. **Par conséquent, chacun aura un aperçu certain du « comment améliorer le flux de son site ? »**

Approche par le visuel et la lead generation : quel que soit le domaine, tout opérateur sait inéluctablement que l'aspect visuel est un point à ne jamais négliger. Les entreprises peuvent imprimer des milliers d'exemplaires de brochures, mais n'auront jamais un compte rendu complet et absolu venant de leurs consommateurs. Grâce au marketing numérique, cette même maquette sera intégrée dans un site web. Il donnera alors avec justesse le nombre de personnes ayant eu accès à celle-ci. Avec des systèmes de récolte d'informations tels que les formulaires, chaque société aura une base de données de ses clients, à l'instar de leurs coordonnées. **Ces informations permettront alors de mieux gérer son référencement et l'axer plus efficacement en fonction de toutes ces variables.**

Approche par la modélisation de l'attribution : **l'utilisation du marketing numérique sert un but strict : analyser avec soin les points forts et les points faibles d'un service pour une meilleure exploitation.** Ainsi, associé à des outils et à des moyens technologiques « triés sur le volet », il fournira à n'importe quelle société un essor des plus remarquables. D'après une grande référence dans le monde du marketing numérique, Aberdeen Group, une société est à même d'user de ce système et voir son taux de croissance se développer jusqu'à 20 %. Ou encore, s'en passer, voire le discréditer pour un taux abaissé de 4 %. **Et donc, en guidant ses clients à travers le marketing numérique, chaque société tirera profit d'un résultat tout à fait incontestable.**

QUEL TYPE DE MARKETING NUMÉRIQUE POUR LES ENTREPRISES ?

Le principe du marketing numérique est simple : constituer un tremplin plus profitable, plus commode et plus confortable tant aux prestataires de services qu'à leurs bénéficiaires. Une tierce personne ou une entreprise pourra tout aussi bien en tirer profit. Pour ce faire, différents moyens s'offrent à eux, selon leur domaine de prédilection. **Qu'il s'agisse d'une B2B ou d'une B2C, il vise une seule ligne de mire : multiplier les clients et les ventes.**

Comment le marketing numérique devient avantageux pour les sociétés B2B ? S'ouvrant dans un monde plutôt professionnel, une société B2B aura une meilleure chance de multiplier ses bénéfices sur une plate-forme du même type. Ainsi, il serait idéal de développer ses activités sur les réseaux sociaux tels que LinkedIn. Le marketing numérique fonctionne de manière à ce qu'une personne s'adresse directement à un vendeur, évidemment virtuellement. Chaque utilisateur deviendra alors un client potentiel.

Qu'en est-il des sociétés B2C ? Pour celles-ci, les échanges sont inexistantes. Tout se fait par le visuel et chaque personne attirée par le support est un client potentiel. Il **n'y a donc qu'un seul et unique objectif, finaliser une vente à partir du moment où le visiteur entre dans le site.** Certes, les entreprises B2C requièrent encore plus de moyens pour remplir sa part du marché. Mais cela ne fait qu'apporter des valeurs ajoutées au marketing numérique lui-même. Et dans ce cas, Pinterest et Instagram semblent bien plus rentables.

LE MARKETING DIGITAL : UNE ÉVOLUTION DU MARKETING EN LIGNE

De nos jours, petits et grands passent la majorité de leur temps sur Internet. En réalité les habitudes des sociétés contemporaines ont beaucoup changé ces dernières années. Avec l'essor des réseaux sociaux et de l'e-commerce, la Toile occupe une place de plus en plus importante dans nos quotidiens. Si le web est pour beaucoup un synonyme d'amusement, il est également le champ de bataille de plusieurs entreprises qui se disputent les conversions. C'est dans cette lutte sans merci qu'intervient le Marketing digital. Elle départage en effet les sociétés qui concentrent leurs efforts sur Internet.

QU'EST CE QU'ON ENTEND PAR MARKETING DIGITAL ?

Ce terme est né de la révolution de l'Internet. Il a été employé pour la première fois vers le début des années 90. C'est à partir de l'an 2000 que les entreprises commencent à comprendre son importance à cause de l'évolution du commerce électronique. Désormais, les sociétés peuvent recourir à la toile en vue d'écouler leurs produits. Afin de réussir dans cet univers, ils doivent travailler leur stratégie marketing. Sur le web, des milliers d'entreprises se font concurrence. Pour se distinguer auprès des internautes, il est important de réussir le marketing digital. Dans ce cadre, elles doivent bien respecter les règles qui englobent son utilisation.

Quand une entreprise emploie par le marketing digital, elle doit tout d'abord établir ses

objectifs. Elle doit définir les raisons qui la poussent à user du web. Elle peut l'exploiter pour informer les consommateurs. La page peut aussi servir de vitrine pour les produits. Cela dépend des nécessités de chacun. En définissant le contenu, il est plus simple de déterminer les clients cibles. La réussite dans le domaine commercial nécessite souvent la réalisation société de sondages. Ces données permettent de connaître les besoins des publics cibles. Lorsque vous créez votre site, il est essentiel de se conformer aux nouvelles habitudes des internautes. La plupart n'ont plus recours à un ordinateur pour se connecter. Ils usent de leur mobile. De ce fait, la dimension de la page web doit s'adapter à celui des téléphones ou tablettes. Votre webmaster doit alors concevoir un site en responsive design. Il s'ajuste automatiquement à la taille des canaux digitaux.

Le marketing digital ne se limite pas uniquement à la transmission de message par le biais des supports numériques. **Il faut aussi inciter les visiteurs à acheter le produit promotionné.** Pour cela, il faut pratiquer l'Inbound marketing. Cette stratégie consiste à séduire les internautes et à les transformer en prospect. Afin de parvenir à ce résultat, la page web doit publier des articles de qualité. Ils doivent contenir les renseignements indispensables aux visiteurs. Il est aussi capital de recourir aux techniques d'optimisation SEO.

Les enjeux du marketing digital : la toile met toutes les entreprises sur un même pied d'égalité. Les petites et moyennes entreprises peuvent voler des parts de marché aux grandes entreprises si elles travaillent leur contenu. Dans l'univers du numérique, le contenu est un des moyens qui permettent de se distinguer. Les moteurs de recherche classent les sites en fonction de la qualité des articles publiés. Donc, il est primordial de ne pas faire des textes plagiés. **En cas de plagiat, la page est mise en dernière position.** D'ailleurs, tous les utilisateurs d'Internet doivent suivre les principes de référencement établis par Google. Toutes les sociétés commerciales doivent assurer leur présence sur la Toile, si elles ne veulent pas perdre leurs clients. Elles doivent se faire une place dans les réseaux sociaux. Les individus s'intéressent à vos services, s'ils disposent d'une bonne publication sur Twitter, Facebook, Instagram et autres. Avec des avis positifs sur les réseaux sociaux, les sociétés peuvent augmenter leurs notoriétés.

Même si le marketing digital est un vecteur de nombreuses opportunités il peut causer une réduction de la clientèle surtout chez les grandes marques. Elles ont l'habitude de délaissé le référencement. Ils pensent que les internautes vont chercher leur nom domaine. Or, la majorité d'entre eux insèrent exclusivement des mots clés sur les moteurs de recherche et ils ne visitent que les sites en première page. Si vous n'avez pas une excellente visibilité, vous risquez de déposer bilan. Dans le cas où vous appliquez l'automation marketing, la prudence est requise. Ce procédé est efficace afin de renseigner les gens sur les nouvelles activités à l'aide des courriers, des e-mails ou autre. Vous pourrez regretter son emploi, si vous ne le modérez pas.

LES POINTS ESSENTIELS SUR LE MARKETING NUMÉRIQUE ET INBOUND MARKETING

Les techniques de marketing traditionnels ont subi quelques modifications avec l'arrivée du numérique. L'inbound marketing est né du recours aux stratégies digitales. Les entreprises ne doivent pas simplement utiliser les supports numériques afin d'écouler leurs produits. Elles doivent penser à des tactiques en vue d'attirer les clients vers eux. Pour cela, elles doivent connaître les besoins des clients et proposer des informations utiles et attrayantes.

CE QUI CARACTÉRISE LE MARKETING NUMÉRIQUE ET

L'INBOUND MARKETING

Ces deux termes semblent similaires puisqu'ils se réfèrent à l'univers de la toile. D'ailleurs, leur application permet aux entreprises commerciales de trouver des clients sur la toile. Or, le marketing digital touche surtout les **astuces à utiliser pour faciliter l'emploi des supports numériques**. En effet, ils participent à la fidélisation et à l'augmentation des clients. Ils aident aussi les entreprises à promouvoir leurs activités dans le milieu du web. En étant astucieuses dans leurs utilisations, elles peuvent gagner en notoriété. Comme Internet est accessible à travers le monde entier, elles peuvent se faire un nom sur la scène internationale. Pour atteindre cette finalité, elles doivent bien définir les objectifs et étudier le marché. Les analyses des forces et faiblesses des concurrents permettent d'améliorer sa propre stratégie digitale. Peu importe le but visé par la société, il est important que la page web puisse être accessible sur téléphone ou ordinateur. C'est pour cette raison que le webmaster doit concevoir un site en responsive design. Le contenu de la page s'ajuste automatiquement aux caractéristiques du support. Le message véhiculé doit aussi parler aux publics cibles.

Donc, le marketing digital traite surtout les procédés applicables afin de communiquer à travers les canaux numériques. En revanche, l'Inbound marketing dénommé en français marketing entrant a pour but **de transformer les visiteurs en client par l'intégration d'un contenu de qualité**. En effet, certains internautes sont tellement exigeants qu'ils se tournent vers d'autres sites en cas d'existence de fautes grammaticales et de syntaxes. Ici, on utilise la technique de persuasion au lieu de la publicité pour capter l'intérêt des gens. Il se distingue des procédés de commercialisation classique parce qu'il y a création de liens avec les internautes. Il est aussi efficace pour fidéliser les clients. Par rapport aux anciennes techniques publicitaires, l'entreprise peut entretenir ses relations avec les clients en mettant à jour les données publiées.

L'IMPORTANCE DE CES DEUX STRATÉGIES DE MARKETING

Toutes les entreprises savent qu'elles doivent se démarquer. Le nombre de concurrents ne cesse de croître à cause de la libéralisation du commerce. Afin de réussir dans le milieu des affaires, il est primordial de disposer d'une place dans l'univers du web.

Grâce au marketing digital, les sociétés peuvent connaître le taux d'individus qui s'intéressent à leurs services. Ils peuvent analyser la durée des visites sur leurs sites. Cette approche permet de développer les relations clients et entreprises. En installant des cases commentaires, les gens peuvent émettre leurs avis ou apporter des suggestions. Ces renseignements sont pratiques pour renforcer l'image de marque et fidéliser. Son emploi est très avantageux pour les petites entreprises parce qu'ils se trouvent sur un même pied d'égalité que les grandes entreprises. Cela nécessite la réussite de l'Inbound marketing. Les responsables marketing d'une entreprise doivent travailler sur la visibilité. Ils ont le choix entre le référencement payant et naturel. Il est conseillé de s'orienter vers le naturel puisqu'il permet d'être bien placé sur le long terme. Par contre, le référencement payant offre des résultats immédiats. Toutefois, l'optimisation SEO doit passer par l'usage de mots-clés pertinents et le respect des règles établies par les moteurs de recherche. Dans le cadre d'un référencement naturel, la qualité du contenu ne doit pas être négligée. Il ne doit pas y avoir de plagiat. En cas de copie, Google place les sites en dernière position. Il peut contenir des vidéos et des images. Ils doivent se rapporter au thème abordé. Il est suggéré d'éviter les fichiers lourds puisqu'ils retardent le temps d'apparition de la page. Recourir aux réseaux sociaux est utile. Les statistiques ont montré que la majorité des gens sont dépendants de Facebook, ou encore Twitter. Ils sont un moyen de communication indispensable pour les acheteurs. Par les discussions en ligne, les internautes savent les caractéristiques des produits. Ces publications peuvent les inciter à acheter vos marchandises.

COMMENT S'INTÉGRER DANS LE MONDE NUMÉRIQUE ?

Pour un novice dans le monde du digital marketing, faire le grand saut vers cette tendance est parfois assez difficile, voire perturbant, pour certains. Pas de panique, ce n'est qu'un transvasement du marketing traditionnel vers le monde numérique et qui fait appel aux différents supports qui s'y rattachent comme l'ordinateur portable, le panneau publicitaire extérieur, les jeux vidéo ou autres. Il suffit de maîtriser ces supports et les méthodes de marketing sur Internet. Fruit de la nouvelle technologie, le marketing digital présente des détails et caractéristiques assez tentants.

COMMENCER PAR TRAVAILLER LA QUESTION BUDGET

Pour sa réalisation, la base du marketing digital est la création d'un site web. Une fois ce détail réglé ce qui reste à faire, c'est de continuer vers l'élaboration du contenu avec lequel les internautes, principales cibles seront en contact avec le dispositif. C'est dans ce sens que les techniques de référencement entrent en jeu pour au site en question de se montrer en premier en réaction aux divers moteurs de recherche. Dans ce cas il n'est nul besoin d'avoir une somme colossale avant de se reconvertir au marketing digital : de la patience et des moyens pour se créer un site web suffisent. Toutefois, insister sur la qualité du contenu reste la recette miracle pour pouvoir prévaloir et se faire un nom dans ce monde numérique. Et pour un souci de qualité, des dépenses assez minimes peuvent être entreprises avec le fait de trouver des personnes professionnelles et compétentes pour rédiger un contenu attractif et visant l'intérêt de la cible. Ce sera un petit plus qui va garantir l'efficacité du contenu. En un mot, cette démarche visant le marché numérique n'est pas coûteuse du tout,

il suffit juste de donner de son temps pour produire un contenu innovant qui répondra aux attentes des internautes cibles et de patienter pour voir les retombées tant attendues sur le trafic vers le site. Et de trouver les bons mots-clés qui s'y rattachent afin de surpasser tous les autres avec le moteur de recherche.

EN COMBIEN DE TEMPS LES RETOMBÉES SERONT RESSENTIES ?

En ce qui concerne l'efficacité du dispositif, tout dépend de la qualité de la stratégie de marketing numérique adopté. **L'abondance du trafic sur site sera boostée par un contenu pensé et équilibré qui convient aux attentes, bref un contenu de qualité.** Tout dépend alors de la qualité du contenu, c'est pourquoi il est nécessaire de se mettre à la place de l'internaute pour pouvoir ressentir et deviner leurs attentes d'abord par rapport au contenu et ensuite dans le choix et la formulation des mots-clés. Ce qui est sûr, c'est que cette démarche donnera obligatoirement des résultats plus rapidement que le marketing traditionnel hors ligne. Eh oui, puisque tout se fait en ligne, cette démarche aura toujours une longueur d'avance sur le traditionnel. Dans le cas général, avec une bonne réflexion sur les attentes du public, les résultats seront visibles quelques mois voir six mois après l'entrée en ligne. À partir de cet instant, tout dépend de la manière de gérer le site et de continuer à trouver de nouvelles astuces pour séduire le public et ainsi les fidéliser pour qu'ils s'identifient aux contenus et ainsi être et rester de bonnes cibles pour le contenu

COMMENT CONCEVOIR UN

CONTENU DE QUALITÉ ?

Dans la recherche d'un contenu de bonne qualité, se concentrer sur le public cible est la bonne initiative. Concrètement ce dont il faut prendre en compte c'est la caractéristique du public contenu qui permettra de savoir par la suite leurs attentes. **Personnaliser le contenu est une bonne idée : dans ce cas puisqu'il se sent personnellement visé, il sera intéressé à parcourir le contenu avec une attention particulière.** À ce contenu de qualité est relié le choix des mots-clés. Des mots que le public va juger pertinents pour lui orienter vers ses recherches. Et puisque le monde numérique regorge de concurrents, ce choix va influencer sur la place du contenu dans le résultat des recherches. Même si le contenu est parfait, un mauvais choix de mots-clés va conduire à des résultats pas tellement positifs. Ce sera même peine perdue, car l'internaute ne va jamais prendre son temps pour tout consulter. Seul le contenu qui s'affiche en premier lieu va attirer son attention.

LES BASES D'UNE STRATÉGIE DE MARKETING DIGITAL GAGNANT

Le marketing digital a émergé avec la révolution numérique. En quelques années, les gens sont devenus dépendants d'Internet. Alors les entreprises doivent s'adapter aux habitudes des consommateurs, si elles veulent augmenter leur chiffre d'affaires. Ils doivent recourir à des supports numériques afin de fidéliser et attirer les clientèles. De ce fait, le responsable commercial ne doit pas négliger des points dans l'élaboration des techniques de vente en ligne. Il doit aussi inclure tous les supports digitaux dans ses stratégies de vente.

COMMENT ÉTABLIR UN PLAN DE MARKETING NUMÉRIQUE ?

L'ère de l'Internet a incité les entreprises à modifier leur manière d'aborder la clientèle. En moins de 10 ans, cet outil a pris une place capitale dans le quotidien de tous les individus. Ils peuvent trouver des informations sur des sujets précis, discuter avec les proches, procéder à des achats en ligne et bien d'autres. Désormais, ils peuvent même se connecter par l'intermédiaire de leurs téléphones. Ce changement a poussé les sociétés à user du marketing numérique. Il ne leur suffit pas d'être présent sur le web afin de ne pas déposer bilan. Elles doivent découvrir un moyen en vue de susciter l'intérêt des clients. C'est sur ce point qu'intervient le marketing numérique.

Tout d'abord, il est nécessaire de définir les besoins. De nombreuses entreprises créent un site sans vraiment déterminer son utilité. Or, ce détail est capital lors de l'intégration d'un contenu. Une page web peut servir d'espace de vente, d'information, de vitrine, et de divertissement. Elle aide même à se distinguer des concurrents. Comme la **toile permet aux sociétés d'avoir une clientèle dans le monde entier**, il est souvent conseillé de fixer une région. De cette manière, votre site apparaît quand l'internaute tape un mot clé entrant dans votre catégorie et s'il se situe dans votre zone géographique. Ensuite, il ne faut pas négliger le contenu. Il doit répondre aux nécessités des auditoires cibles. En effectuant une étude préalable, vous saurez ceux que veulent les internautes ciblés. En général, ils varient en fonction de l'âge et du sexe du client et de sa catégorie sociale. Grâce à ce procédé, il est plus simple d'inciter le public cible à acheter le produit. Vous ne devez pas étudier exclusivement le comportement des consommateurs. Il ne faut pas oublier les concurrents. Cette analyse est efficace afin de se renseigner sur leurs forces et faiblesses et d'utiliser ces informations à votre avantage. Quand vous avez tous les renseignements essentiels pour séduire les acheteurs, il faut travailler le canal numérique.

LES POINTS À NE PAS NÉGLIGER DANS LE MARKETING DIGITAL

Les internautes ne se connectent plus par l'intermédiaire de leur ordinateur. 60 % d'entre eux usent de leur Smartphone, de leur tablette afin de naviguer sur la toile. Donc, les entreprises doivent se conformer aux gestes des clientèles. Lorsqu'elles réclament le service d'un webmaster, elles doivent demander la création d'un site en responsive design. Ce type de site s'ajuste à tout type de support digital. Les gens n'auront pas à employer le zoom pour regarder l'ensemble des informations sur votre page web. En plus, il réduit les dépenses en matière de conception de site. Il n'est pas requis de créer des pages web propres pour téléphone, tablette, P.C et tant d'autres. En créant un site accessible sur le mobile, vous êtes en permanence en contact avec les clients. Ils peuvent disposer des données sur votre site dans n'importe quel endroit, si leur Smartphone est connecté. Dans le marketing mobile, les gens doivent pouvoir naviguer sans contrainte. Il doit aussi être facile à utiliser. Le créateur ne doit pas uniquement miser sur le design. Il doit faire en sorte que tous les liens fonctionnent correctement.

Concernant les données sur votre site, ils sont introduits en fonction de la finalité du site. S'il s'agit d'un site commercial, il doit contenir des renseignements sur les produits. Comme les gens ont tendance à effectuer leur achat en ligne, de bonnes images du produit ne vont pas les encourager à acheter. Ils vont commencer par s'intéresser aux caractéristiques de la marchandise. Si elle est utile à leur quotidien, ils peuvent l'acheter. En outre, vous pouvez introduire des vidéos dans vos sites commerciaux. Cependant, ils ne doivent pas être trop lourds puisqu'ils mettront du temps à se manifester. Les utilisateurs de la toile ne sont pas patients. En plus, l'explication dans la vidéo ne doit pas dépasser les trois (3) minutes.

Dernier conseil, on ne s'improvise pas spécialiste en tout, et donc n'hésitez pas à faire appel à une agence de digital marketing...vous gagnerez en qualité, temps et efficacité !

source : seolius