

Les bases du marketing Internet

Introduction

Je ne sais pas pour vous, mais moi, j'ai grandi sans **internet**. Le net était alors **réservé** à des initiés et j'ai eu la chance de voir arriver ce **nouvel outil**, et de voir **progresser l'utilisation** qui en est faite.

Il y a donc eu un « **avant** » et un « **après** » l'ère **internet**.

« **Avant** », quand vous désiriez ouvrir une **entreprise** ou un **commerce**, vous deviez vous « contenter » du **marché local**, sur un **rayon kilométrique** plus ou moins grand.



« **Avant** », pour les **commerces**, la **vitrine** était leur **outil de promotion** le plus important, avec quelques **tracts et encarts publicitaires** et pour les **entreprises**, c'était leur **communication écrite (mailing papier, plaquette publicitaire, catalogue papier etc)** qui servait à la **promotion** de leurs produits et/ou services.

La **concurrence** était aussi assez **restreinte**... car très locale, voir nationale pour les entreprises. Du coup, les **entrepreneurs ou commerçants** n'avaient **pas besoin** d'avoir des **connaissances poussées** en **stratégies marketing**, leur **passion** leur suffisait amplement à promouvoir leurs activités.

Votre **réputation** se faisant par le « **bouche à oreille** » et restait donc très locale.

Mais ça..... c'était « **avant** » ! pour reprendre un fameux slogan publicitaire



Avec l'avènement **d'Internet**, il y a eu de **nombreux changements** dans le monde des affaires, même si certains n'y croyaient pas.



Internet offre aujourd'hui à toute **entreprise ou commerce**, une toute **autre dimension** en permettant **d'atteindre** un plus **grand nombre** de **clients** potentiels d'où qu'elle soit. Même si votre bureau est situé au fin fond de la campagne bourguignonne, vous pouvez faire la promotion de vos produits et services **partout dans le monde**.

Du coup, mettre son **entreprise en ligne** demande des **compétences** beaucoup plus variées qu'avant et n'est pas toujours une chose facile.

Internet est bien plus qu'un **simple moyen** de faire votre **publicité** pour vos activités et c'est pour cela que vous devez **optimiser l'utilisation** que vous ferez des **fonctionnalités** uniques qu'offre cet outil. Et c'est **seulement en agissant** ainsi que vous serez en mesure de **trouver des prospects** et des **clients de qualité**.

Le marketing Internet en quelques mots :

Marketing et Internet sont deux mots simples qui, une fois accolés, couvrent de **nombreux sujets** et **demandent** une attention très particulière.

« **Avant** » les règles du **Marketing** étaient de **délivrer un message** à sens unique, de **l'entreprise vers le consommateur final**, et la **publicité** en était la **clé de voûte**.

Maintenant, les **bases du marketing Internet** comprennent :

L'étude de marché Les moteurs de recherche La **publicité** Le **marketing** en ligne Le **marketing** hors ligne

Commencez par étudier le marché.

Vous devez avant tout **identifier votre premier marché** et définir la **manière d'y entrer**.

Quels sont vos **objectifs** ?

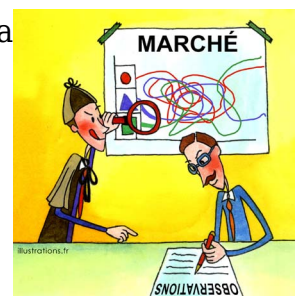
Quel est le **public** ciblé ?

Quel **type de produits** apprécie-t-il le plus ?

A quel **type d'argument** est-il le plus sensible ?

Quel est **son comportement** type ?

Quels sont les **arguments qui déclenchent** l'acte **d'achat** ?



En **fonction** de ces éléments, vous devez être **capable de transmettre un message** d'une certaine valeur pour que vos **prospects et clients** puissent bien **identifier** ce pour quoi vous faites la **promotion** et ce pour quoi **VOUS** avez le produit ou service qu'ils **recherchent**.

Les **deux mots** les plus importants dans une **étude de marché** sont :

cible (target) **hit** (nombre de visiteurs reçu)

La **cible** dépend essentiellement de ce que votre **entreprise propose** à vos clients.



Par exemple, votre **produit** s'adresse aux **adultes entre 30 et 40 ans** ou bien exclusivement aux **femmes** ou aux **hommes**.

Les **Hits**, ou **visites reçues**, définissent le **volume de trafic de votre cible**, et vous apportent aussi des **réponses** sur votre **ciblage**, comme par exemple s'il est trop large ou trop réduit.

Ensuite, il vous faut **définir la qualité** de ce marché et les **gains** que vous **pouvez espérer**, en faisant un **business plan** et aussi voir **quels produits complémentaires** vous pouvez proposer par la suite afin de **rentabiliser** les campagnes de **promotion**.

Les moteurs de recherche.

Nous voici arrivés à la partie des **moteurs de recherche**, il en existe deux types : les **moteurs de recherche** et les **annuaires PPC** (payé par clic).

Si vous voulez vous engager dans le **marketing sur Internet**, votre présence dans les **moteurs de recherche** est très **importante** et pour se faire, vous utiliserez des **techniques** dite de **référencement** ou **SEO**.



Ces **techniques** vous proposent de **définir des mots clés** qui caractérisent votre **secteur d'activité** ainsi que vos **produits**, et tout les **mots** et **expressions** qui peuvent **qualifier** les prestations offertes. Vous **construisez** autour de ces **mots clés**, des **articles** les contenant et qu'on appelle « **content marketing** » (ou **marketing de contenu**). Il vous faudra être **habile** pour en jouer avec **finesse et subtilité**.

Vous pouvez aussi faire appel à des **entreprises spécialisées** pour **référencer** votre **site/blog** à votre place, mais cette solution peut vite devenir **très coûteuse**.

Quelque soit le **choix** que vous ferez, sachez **qu'aucune entreprise en ligne** ne pourra **se passer de référencement**, car c'est le **moyen le plus efficace** pour se faire **connaitre**.

Votre **apparition** dans les **résultats de recherche** peut demander beaucoup de **temps**, parfois **plusieurs semaines** et votre **classement** dans ces résultats pourra **changer** en fonction des **critères** souvent changeants des **moteurs de recherche**, d'où **l'importance** de vous tenir au courant et de **privilégier** la **qualité** du contenu de vos pages et articles, plutôt que le nombre de mots clés par ligne. Et c'est personnellement, ce que je privilégie.



Les **annuaires PPC** sont pour la plupart **payants**, mais plus **simples** à utiliser et vous pourrez obtenir un **très bon positionnement** et de meilleurs résultats plus rapidement.

La publicité

La prochaine **base essentielle** à votre activité est la **publicité**.

Une fois que vous avez **identifié les besoins et les désirs** généraux de votre **cible de clientèle**, vous pourrez **identifier** leurs **intérêts**.



Vous trouverez de **nombreuses ressources** traitant de la **publicité en ligne**.

Le **système publicitaire** le plus **efficace** en ligne restant les campagnes **d'annonces facturées au clic**, proposées entre autre par **Google**.

Mais ce n'est **pas la plus simple à maîtriser**, car, si vos campagnes ne sont **pas suffisamment optimisées**, vous pourriez **perdre** beaucoup d'argent et je ne saurai vous **recommander**, quitte à investir, à contacter des **agences de publicité spécialisées** dans ce domaine.

Le marketing en ligne

Il s'agit là principalement du **marketing par email**, qui répond dans la grande majorité, aux mêmes règles que le **mailing-lettre** qui était « **avant** » l'internet, avec les **mêmes avantages** mais aussi les mêmes inconvénients et pièges.



Quoiqu'il en soit, le **marketing par email** reste très **efficace**.

Il se **développe** à l'aide d'un **formulaire** par lequel vous **invitez votre visiteur** à laisser son **adresse** en échange **d'informations** ou d'un **cadeau**. Souvent, on dit que le **secret de**

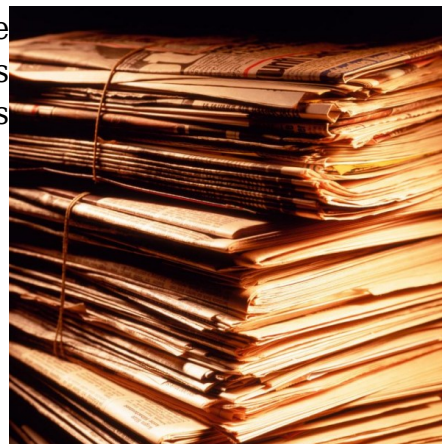
la réussite est dans une **liste** bien faite, c'est à dire **qualifiée** et c'est ici que vous la bâtirez.

Vous pourrez aussi utiliser les **réseaux sociaux** pour promouvoir vos **services et activités**.

Le marketing hors ligne

C'est la **dernière base** de votre **entreprise en ligne**.

Elle est de **moins en moins utilisée**, mais profitez aussi de **ces leviers** comme la **presse locale** ou nationale, les **magazines**, les **guides** d'entreprises, et tout ce qui vous semble **intéressant** pour **développer** votre activité.



Sans **publicité**, toute entreprise échouera.

C'est pourquoi il est très important ne pas la négliger.

Il est également **impératif** de savoir **déléguer** les domaines que vous ne **maîtrisez pas** en constituant une **équipe autour de vous** pour les gérer.

Rappelez vous que **seul, il est compliqué de réussir** car il vous faudra y **consacrer** beaucoup de temps et d'argent. Tant que vous le pouvez, rejoignez des **groupes** qui sauront vous **apporter** ce dont vous **manquez et vice versa**.

L'échange est réellement la clé du succès à mes yeux.

En conclusion :

Sur ce blog, en plus de mes **articles**, je vous propose une **série d'e-books** qui vous donneront des **bases** pour avancer, pensez à **demander des informations** sur ceux qui vous **intéressent** le plus.

Dans le **prochain article**, je vous parlerai de la **structure du marketing internet**.

Bonne continuation et à bientôt.



Valérie Madej