

## Connaître...

### Le Webmarketing

Le **webmarketing** ou **netmarketing** ou **cybermarketing** <sup>1</sup> consiste à améliorer la visibilité et le trafic d'un [site Web](#) en utilisant internet comme canal de prospection et à développer une relation durable de fidélisation avec les internautes utilisateurs ou clients d'un site web et éventuellement des [médias sociaux](#) mise en place par le site internet.

C'est la combinaison des techniques de [marketing](#), de [statistiques](#), de vente et de communication avec les technologies informatiques et de télécommunications orientés [réseaux](#) et [bases de données](#) puis de l'[infographie](#) appliquée au multimédia. Cette combinaison doit permettre de créer des interfaces utiles, ergonomiques, conviviales et sécurisées pour un utilisateur de services [Internet](#), [Intranet](#) ou [Extranet](#). La synergie de ces techniques doit répondre à deux principaux objectifs : La conquête et la fidélisation de l'utilisateur. Le résultat attendu est la rentabilisation du service de données et de communication. Le média web par opposition au media classique (TV, presse et radio) a un avantage certain : tout est quantifiable puisque chaque action ordonnée sur un serveur est de fait enregistrée par celui-ci. L'intérêt du "webmarketing" est justement d'être capable d'analyser les comportements des internautes afin d'en tirer des règles marketing et ainsi cibler son audience.

Transformer les [internautes](#) en clients et rentabiliser un [site web](#).

Dans ce cas, un client peut être un internaute qui achète sur un site marchand.

Ce peut être également un visiteur actif qui permet à un site non marchand de se financer par de l'e-pub ou une des différentes formes de partenariats.

Pour un [intranet](#), le [client](#) est le partenaire interne (employés) ou externe (prestataires) à la société. Il doit pouvoir puiser dans le service les informations, les outils de travail et de communication indispensables pour accroître sa productivité et, par cela même, celle de la société propriétaire du service.

Il est possible de classer les actions de webmarketing en 6 catégories.

#### 1. Auditer

- Étudier le [positionnement](#) d'un nouveau site web ou auditer un site existant.
- Analyser l'évolution de la demande : définir des cibles de clientèles, analyser leurs besoins exprimés et latents, identifier leur processus d'achat,
- Étudier la concurrence
- Définir un positionnement stratégique, une stratégie de conquête et de fidélisation
- Identifier et évaluer les solutions et les prestataires spécialisés pour mettre en œuvre un site, ses bases de données, ses incentives (déf. : Ensemble des méthodes utilisées pour

stimuler la motivation des cadres d'une entreprise.) , son système de paiements sécurisés, son ergonomie et son interface multimédia (image, son, vidéo, streaming, broadcast, etc).

- Étudier les différentes formes d'accès au site et les différentes offres d'hébergement.

## 2. Planifier les actions

- Actions de déploiement de sites desktop et mobile
- Actions de promotion du site offline et online
- Actions de fidélisation
- Actions de mesures des performances

## 3. Exécuter le plan d'actions

- Piloter et coordonner les actions de mise en œuvre des divers partenaires pour la création, la promotion, l'entretien du site (contrôle et mise à jour) et la mesure des performances
- Mettre en œuvre les techniques de promotion les plus efficaces pour générer du trafic ([référencement](#), [partenariat](#), [sponsoring](#), [affiliation](#), e-pub, [publipostage](#), e-busmailing...).
- Mettre en place les outils de mesure de la performance (web analytics)

## 4. Contrôler l'exécution

- Réaliser le recettage fonctionnel du site web
- Contrôler l'efficacité des systèmes de mesures de performances
- Contrôler le bon déroulement des actions de promotion (lutte contre la fraude sur les réseaux publicitaires, qualité de l'exécution des campagnes par les prestataires...)

## 5. Mesurer les résultats et la pertinence des actions de communication « Axes et supports » par des contrôles statistiques.

- Analyse des performances globales du site avec l'outil de web analytics
- Analyse des performances de chaque campagne de promotion avec les outils fournis par la plate-forme

## 6. Optimiser le dispositif

- Améliorer le taux de conversion du site avec technique comme les tests A/B, les tests multivariés, le reciblage web et le reciblage par email.
- Optimiser les systèmes de paiement sécurisés et de facturation.
- Optimiser les prix en fonction de ceux de la concurrence.
- Adapter les produits en fonction de la demande
- Mettre en place des dispositifs de fidélisation (emailing, programme de fidélisation, retargeting)

<http://www.commentcamarche.net/contents/1265-promotion-d-un-site-web>

<http://www.e-marketing.fr/Definitions-Glossaire/Prescripteur-238577.htm>

<http://www.sageone.fr/2014/08/20/ameliorez-conversion-site-grace-lanalyse-statistiques/>

<http://www.sageone.fr/2014/06/25/comment-ameliorer-visibilite-site-grace-au-referencement/>

<http://www.sageone.fr/2014/04/07/votre-tpe-sur-les-reseaux-sociaux-posez-vous-les-bonnes-questions/>

## Référencement d'un site Web

- SEO (Search Engine Optimization) : optimiser vos pages web afin que celles-ci aient de meilleures chances d'apparaître bien placées dans les résultats des moteurs de recherche.
- SMO (Social Media Optimization) : adopter une stratégie gagnante pour optimiser votre présence sur les réseaux sociaux les plus importants.
- SXO (Search Expérience Optimisation) : qui est en fait le mariage entre l'UX (la User eXpérience) et le SEO.

<https://la-cascade.io/quest-ce-que-la-recherche-semantique/>

## Web Analytics : Audience d'un site Web

La **mesure de l'audience d'un site Web** (également appelée **Web analytics**) permet de quantifier la fréquentation d'un site en fonction d'indicateurs tels que le nombre de visiteurs uniques, les pages vues, les visites, la durée moyenne des visites etc. Elle regroupe la mesure, la collecte, l'analyse et la présentation de données provenant d'Internet utilisées afin de comprendre et d'optimiser l'utilisation du Web.

**Google Analytics** est un service gratuit d'analyse d'[audience d'un site Web](#) ou d'applications.

## Autres liens

plateforme d'e-learning en Webmarketing [www.oncle-web.com](http://www.oncle-web.com)

<https://blogdummi.fr/dossier/ux-design-comprendre-design-experience-10-images/>