

# Les fondements du marketing en ligne

avec Jean-François Detout

## Fichiers d'exercice

Glossaire

**AIDA (méthode)** : acronyme de Attention Intérêt Désir Action, méthode permettant de gérer la relation avec le prospect du premier contact jusqu'à la transaction

**Autonomie** : capacité pour un internaute à réaliser des tâches en ligne sans assistance

**Core web vitals (signaux web essentiels)** : KPIs de la mesure du temps de chargement de vos pages créés par Google

**CRM (Customer Relationship Management)** : Logiciel de gestion de la relation client qui a 2 grandes missions : stocker/segmenter les données et activer celles-ci.

**CRO (Conversion Rate Optimization)** : discipline liée à l'optimisation du taux de conversion sur votre site

**Cross media** : stratégie d'optimisation qui permet d'utiliser un média à plusieurs endroits

**CTR (Click Through Rate)** : nombre de clics pour 100 impressions

**CLV (Customer Lifetime Value)** : valeur commerciale d'un client sur son cycle de vie

**Customer Journey Canvas** : méthode visuelle qui permet de disséquer le parcours client et de l'analyser puis l'optimiser en détail

**Intent-based marketing** : marketing basé sur les intentions du client ou prospect

**KPI (Key Performance Indicator)** : indicateurs qui permettent de mesurer le résultat d'une action web marketing

**Landing page** : page d'atterrissage, se dit d'une page stratégique sur laquelle attirer l'internaute et idéalement, le convertir en lead

**Longue traîne (long tail)** : se dit d'un contenu à plusieurs mots clés

**Mapping concurrentiel** : schéma qui permet de positionner ses concurrents selon deux critères

**Mobile first** : se dit d'une stratégie d'abord focaliser sur la stratégie mobile et le client mobile

**MQL (Marketing Qualified Lead)** : c'est un lead qui a été qualifié par le marketing et, qui va potentiellement se faire démarcher par le commercial de l'équipe pour devenir un Sales Qualified Lead (SQL)

**Persona** : représentation fictive de votre client cible et qui permet de préciser et améliorer sa campagne de marketing

**ROAS** : Return On Advertising Spending, s'exprime en % et calcule le CA généré pour 100 € dépensés en ads

**ROI (Return On Invest)** : calcul le retour sur investissement d'une campagne marketing, par exemple.

**SMART** : se dit d'un objectif Spécifique, Mesurable, Atteignable, Pertinent (Relevant) et mesuré dans le temps (Timed)

**SXO** : une logique UX + SEO en même temps (exemple : une landing page qui transforme sur une expression recherchée)

**Taux de conversion** : nombre d'achats ou leads sur 100 visiteurs

**Test and learn** : philosophie de projet visant à réaliser des tests et améliorer ses résultats de manière continue

**Touch point** : point de contact (communication) avec le client

**Tracking analytics** : solution technologique qui permet de mesurer le comportement des internautes sur votre site

**User centric** : terme démocratisé par Jeff Bezos et qui met l'internaute au centre de votre stratégie et vos préoccupations

**User Generated Content** : contenu créé par les internautes et modéré par la marque

**UTM (Urchin Tracking Module)** : technologie qui permet de créer les liens traçables