

# Formation Google Digital Active

## Introduction :

Outils numérique et Web marketing

212k poste dans le digital non pourvu en 2020

6.4MdsE via le mobile en France

50millions d'internautes et 835Millions de transaction (France)

80% de bonnes réponses aux QCM pour avoir le certificat

validé par iab et google, valable partout dans le monde

En 2006 Chez Yves Rocher, pas de département digital, maintenant leader sur le marché

## 1 - Développer une présence en ligne :

### Objectifs :

- Les raisons pour lesquelles chacun devrait envisager une présence en ligne
- Comment développer une stratégie en ligne en suivant le processus Voir Penser Agir Suivre
- Comment s'assurer de l'efficacité de son site Web
- Quelque sont les outils marketing numérique à votre disposition

La publicité sur Internet, qu'est ce que cela vous évoque ?

- Démo Tipp-ex : On peut choisir la pub que l'on veut en rentrant un mot. Les vidéos se chargent alors en fonction du verbe.

Les personnes connectées dans le monde :

3,3 MDs de personnes connectées dans le monde. En France nous sommes quasiment les plus connectés.

L'évolution de la publicité :

**Avant** : Radio, média, cinéma

**Maintenant** : spam, ordi

### Les avantages du numérique :

- Le marketing permet de :
- Cibler des groupes spécifiques
- Réduire le cout du marketing
- Analyser en détail les résultats d'une campagne
- Engager des conversations avec les clients
- Toucher tous les clients, partout, tout le temps

## évolution du MIX Marketig :

### **Avant :**

Les 5P Prix,Produit,Personnes,Promotion,Place

### **Maintenant :**

Solution (Produit) : solution à un problème

Valeur(Prix)

Partout(Place) : on est sur internet

Conversation(Promotion) : on entamme une relation avec la personne

### **Evolution du marketing :**

1.0 : Focus Produit : Début du ciblage, marketing de masse

Concrètement : Vendre le produit Coca

2.0 : Focus Client : brand content, on personnalise les publicités. UGC : User Generated Content —> Consommateur avisé, développement des réseaux sociaux

Concrètement : Satisfaire le client (#PartageUnCoca, les prénoms sur les bouteilles)

3.0 : Focus Humain : On met en oeuvre le story telling, il y a une certaine dimension intellectuelle, émotionnelle sociale. Le consommateur est conscient de son pouvoir.

Concrètement : rendre la vie meilleur (Il n'y a meme pas de produit), « grâce à coca »

### **Nouvelle opportunités que cela apporte :**

Les petites entreprise peuvent devenir concurrentielle face aux entreprises plus grandes.

- Le cout du matériel et des logiciels bas
- Les ressources en ligne sont accessibles partout dans le monde
- Il est possible de développer sa marque et ses contacts en ligne
- Les options de promotion et de publicité sont abordables

Vitesse Communication Innovation Acces a de nouveaux marches

### **Nouvelles technologies :**

Elles offrent de nouvelles perspectives pour les utilisateurs et donc de nouvelles opportunités en termes de marketing :

- Toujours activées et connect »es
- Adaptées et adaptables
- Attrayantes
- Sensibles à l'environnement
- Données accès à des nouveaux marchés

Réalité Virtuelle —> Main libre —> Objets Connectés —> Réalité Augmenté —> Intelligence Artificielle

Les principes du monde numérique :

Accélèrent le développement des entreprises et ouvrent de nouvelles opportunités

- Loi des biens complémentaires : demande aug si prix des produits complémentaires desc
- Loi Moore : les appareils ne cessent de s'améliorer
- Economies d'échelle : meme une petite entreprise peut bénéficier d'eco si elle vend dans le monde entier
- Premier sur le marché : innover/créer un produit novateur

### **Nous vivons connectés :**

Le nouveau parcours des clients

Voir → Penser → Agir → Suivre

Ces axes permettent de se développer et c'est la clé du succès.

### **Définissez vos objectifs avant tout :**

- Acquérir de nouveaux profils
- Augmenter le trafic vers votre site
- Augmenter les ventes de vos produits et services
- Augmenter le trafic vers vos points de vente physiques
- Fidéliser vos clients
- Améliorer la notoriété de votre marque (on n'attend pas forcément un ROI après)
- Favoriser l'engagement de votre marqué

### Exercice :

Alice gère une boulangerie locale. 6 mois après elle est prête à créer une présence numérique.

Que souhaite t'elle mettre en lumière ? Sur quoi les clients aimeraient-ils en savoir plus ?

Qu'aimerait-elle que les clients fassent? Qu'ils achètent un produit ? Qu'ils l'appellent ?

De quelle manière souhaite t'elle rester en contact avec les clients existants ?

**Solution** : Google My Business, site web, comparateurs, blog, réseaux sociaux MAIS AVANT Déterminer ses objectifs et un plan pour les atteindre.

### **Stratégie de présence en ligne :**

#### **Votre public cible :**

Utilisateurs types : décrivez des personnes réelles, leur vécu, leurs objectifs et leurs valeurs.

Utilisez les informations obtenus pour penser ce qu'elle aimeraient trouver sur votre site web.

On doit adapter le point de vue du client pour établir une présence en ligne efficace

L'une des priorités d'Alice est de présenter via son site Web sa gamme de gâteaux personnalisés pour les occasions spéciales. La recette complète n'est pas appropriée pour atteindre son objectif par exemple. Par contre, on peut y mettre les avis des clients, les coordonnées, prix...

### **Conception d'un site Web :**

Nom de domaine, HTTPS ou HTTP, Responsive (Ecran)

Construire en adoptant le point de vue de vos clients :

- Le contenu est-il clair ?
- Chaque page contient-elle les éléments essentiels ?
- Est-ce que le contenu donne envie de lire ?
- Est-ce que le contenu est adapté à tous les écrans ?
- Est-ce que le site renvoie une image professionnelle ?

Sur chacune des pages, il ne faut pas mettre les avis ou les informations sur l'entreprise. Le bouton accueil, les coordonnées, menu latéral et recherche sont primordiaux.

### **Conception d'un site Web :**

Lecture en Z

A faire : vitesse, simplicité, s'inspirer des autres sites, design cohérent, s'adapter aux mobiles

A éviter : concevoir le site que pour les ordi, publier trop de contenu, insérer de grosses images

### **Faire la promotion d'un site web :**

Le meilleur moyen ? —> Référencement naturel (& réseaux sociaux)

### **Sources de trafic vers votre site web :**

Beaucoup de SEO

Lien sponsorisés (SEM)

Messaging, Display, Affiliation, Social, Liens entrants

### **Liens entrants vers votre site :**

Sites comparateurs, Market Places, Communiqués de presse, blogs