

Communication et Marketing Digital



Ousmane Dia : ‘Digital Analyst’

Conseiller Technique Digitalisation/CFPP



UsmanJah

Plan du cours

Chapitre I : Définition et Approche du Marketing et de la Communication Digitale

Chapitre II : Les canaux de communication digitale

Chapitre III : Les Outils de ciblage et d'analyse digitale

Chapitre IV : Etude des stratégies et plan marketing digital

Chapitre V : TP; Mise en application: Cas d'une entreprise

Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



I- Notion de communication et Marketing :

Approche Explicative :



Le Tam-Tam : Outil de communication traditionnel que le griot de la cours du roi utilisait pour appeler les villageois

Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



I- Notion de communication et Marketing :

Approche Explicative :



Le conseil du quartier sous
l'arbre à palabre

Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



I- Notion de communication et Marketing :

Notion d'information :

Un ensemble organisé de données, qui constitue un message sur un phénomène ou un évènement donné.



Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



I- Notion de communication et Marketing :

Définition :

Communication :

La communication est l'ensemble des interactions avec autrui qui transmettent une quelconque information. On distingue la communication interpersonnelle, la communication de groupe et la communication de masse, c'est-à-dire de l'ensemble des moyens et techniques permettant la diffusion du message d'une organisation sociale auprès d'une large audience

Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



I- A : Notion de communication et Marketing :

Définition :

Marketing :

Le marketing peut être classiquement défini comme l'ensemble des actions ayant pour objectifs d'étudier et d'influencer les besoins et comportements des consommateurs et de réaliser en continu les adaptations de la production et de l'appareil commercial en fonction des besoins et comportements précédemment identifiés.

Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



I- B: Notion de communication et Marketing à l'ère du digital:

Approche explicative :

A l'image du Tam-tam nous avons ici une illustration d'outils de communication



Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



I- B: Notion de communication et Marketing à l'ère du digital :

Définition :

Communication digitale :

La communication numérique, parfois appelée « communication digitale » (anglicisme), est un champ des sciences de l'information relatif à l'utilisation de l'ensemble des médias numériques : le web, les médias sociaux ou les terminaux mobiles par exemple. Ces médias sont utilisés comme des canaux de diffusion, de partage et de création d'informations

Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



I- B: Notion de communication et Marketing Digitale à l'ère du digital :

Définition :

Marketing Digital :

Le marketing digital désigne toutes les techniques marketing utilisées sur des supports et canaux digitaux pour promouvoir des produits et services. Dans le marketing digital ressort une notion essentielle, l'interactivité. On peut également parler de webmarketing puisque la différence est liée principalement à l'environnement, ici internet.

Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



I- B: Notion de communication et Marketing Digitale à l'ère du digital :

Définition : Marketing Digital :

Le marketing digital désigne toutes les techniques marketing utilisées sur des supports et canaux digitaux pour promouvoir des produits et services. Dans le marketing digital ressort une notion essentielle, l'interactivité. On peut également parler de webmarketing puisque la différence est liée principalement à l'environnement, ici internet.

Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



I- B: Notion de communication et Marketing Digitale à l'ère du digital :

Définition :

Il s'agit le plus souvent d'un site web et ensemble de réseaux tournants au tours qui travaillent en synergie pour augmenter le trafic et convertir les visiteurs en client



Chapitre I : Définition et approche du Marketing et de la communication Digitale



II- B: Les tenants du Marketing et de la Communication digitale :

Les objectifs :



Les objectifs sont essentiels à toute entreprise de marketing – sans eux, votre stratégie n'aurait pas de direction et pas de but final ou de gagner des conditions. Il est important de pouvoir prendre du recul et demander: «pourquoi faisons-nous tout cela? Quel but, but ou résultat sommes-nous à la recherche?

Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



II - Les tenants du Marketing et de la Communication digital :

Les objectifs :

Les objectifs doivent être « smart »

- **Specific** : Les objectifs doivent être claires et détaillés plutôt que vagues et évasifs
- **Measurable** : l'objectif doit être mesurable afin que vous puissiez évaluer si vous atteignez le résultat souhaité.
- **Attainable** : l'objectif doit être quelque chose qui est possible
- **Realistic** : l'objectif doit également être raisonnable et fondé sur des données
- **Time bound** : enfin, l'objectif doit être lié à un délai précis.



Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



II - Les tenants de la Communication et du Marketing digital

SEO :

« **Search Engine Optimization** » Optimisation pour les moteurs de recherches : C'est la pratique de l'optimisation d'un site Web pour se classer plus haut sur du moteur de recherche. le SEO implique la création pertinente, frais et convivial. Un contenu que les moteurs de recherche index et servent lorsque les gens tapent un terme de recherche qui est pertinent pour votre pour votre sitessss

Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



II - Les tenants de la Communication et du Marketing digital

SEO :

Rétention et acquisition de la clientèle :

Le SEO a un rôle clé à jouer dans l'acquisition, car il assure l'offre de votre organisation apparaîtra dans la recherche de résultats, vous permettant d'atteindre des clients potentiels. Un site qui est optimisé pour les moteurs de recherche est également un site qui est clair, pertinent et bien conçu. Ces éléments garantissent une grande expérience utilisateur, ce qui signifie que le SEO joue également un rôle dans la rétention.

Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



II - Les tenants de la Communication et du Marketing digital

Search advertising :

Dans pay-per-click ou recherche de publicité, l'annonceur ne paie que lorsque quelqu'un clique sur son annonce. Les annonces apparaissent sur les moteurs de recherches

Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



II - Les tenants de la Communication et du Marketing digital

Search advertising :

Ventes, fidélisation et acquisition

La beauté de la publicité de recherche est qu'il est basé sur des mots clés. Cela signifie qu'une annonce sera mise en place en réponse à la termes de recherche entrés par le consommateur. Il joue donc un rôle dans les ventes, l'acquisition et la rétention. Il permet à la annonceur pour atteindre les personnes qui sont déjà dans l'achat cycle ou expriment leur intérêt pour ce qu'ils ont à offrir.

Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



II - Les tenants de la Communication et du Marketing digital

Online advertising :

La publicité en ligne couvre la publicité dans tous les domaines de l'Internet – annonces en e-mails, annonces sur les réseaux sociaux et appareils mobiles et afficher des annonces sur sites Web normaux.

Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



II - Les tenants de la Communication et du Marketing digital

Online advertising :

Image de marque et acquisition

L'objectif principal de la publicité d'affichage est d'augmenter l'image de la marque en ligne. Il peut également être plus interactif et donc moins perturbateur que traditionnel ou statique en ligne publicité, car les utilisateurs peuvent choisir de s'engager avec l'annonce Ou pas. La publicité en ligne peut être ciblée sur les lieux, les sujets, les comportements passés des utilisateurs, et Plus.

Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



II - Les tenants de la Communication et du Marketing digital

Affiliate marketing :

Le marketing d'affiliation est un système de récompense par lequel les référents reçoivent des « honoraires de finder » pour chaque référence qu'ils donnent.

Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



II - Les tenants de la Communication et du Marketing digital

Affiliate marketing :

Sales and branding

Le marketing d'affiliation en ligne est largement utilisé pour promouvoir les sites de commerce électronique, avec les référents récompensés pour chaque visiteur, abonné ou client fourni par leurs efforts. C'est une tactique utile pour l'image d'une marque

Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



II - Les tenants de la Communication et du Marketing digital
Video marketing :

Branding, customer retention and value creation
Le marketing vidéo implique la création contenu vidéo. Cela peut être publicité vidéo pure et simple, IL peut être précieux, utile, marketing de contenu.

Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



II - Les tenants de la Communication et du Marketing digital

Video marketing :

Puisqu'il est si interactif et engageant, le marketing vidéo est excellent pour capturer et retenir l'attention des clients.

Fait correctement, il apporte une valeur tangible

- sous forme d'information, le divertissement ou l'inspiration
- et stimule une l'image de la marque aux yeux du public.

Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



II - Les tenants de la Communication et du Marketing digital

Social media :

Les médias sociaux, aussi connus sous le nom de médias générés par les consommateurs, c'est-à-faire des médias (sous forme de texte, de visuels et d'audio) créé pour être partagé. Il a changé le visage du marketing en permettant collaboration et connexion d'une manière qu'aucun autre canal n'a été en mesure à offrir.

Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



II - Les tenants de la Communication et du Marketing digital

Social media :

D'un point de vue stratégique, les médias sociaux sont utiles pour le brand building, la sensibilisation à l'histoire de la marque et permet au consommateur de s'impliquer dans l'histoire par la collaboration. Les plateformes de médias sociaux jouent aussi un rôle dans la sensibilisation, en raison de leur partage, virale Nature. Ils peuvent également fournir des commentaires crowdsourced et permettre aux marques de partager des contenus précieux directement avec leurs fans.

Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



II - Les tenants de la Communication et du Marketing digital :

Email marketing :

Le marketing par courriel est une forme de marketing qui offre messages commerciaux basés sur le contenu à un public. Il est extrêmement rentable, très ciblé, personnalisable sur une échelle de masse et totalement mesurable – qui en fait l'un des plus puissants tactiques de marketing numérique.

Chapitre I : Définition et approche de la Communication et du Marketing Digital



II - Les tenants de la Communication et du Marketing digital :

Email marketing :

Le marketing par courriel est un outil permettant d'établir des relations avec les clients potentiels et existants grâce à du contenu précieux et des messages promotionnels. Il devrait maximiser la rétention et la valeur de ces clients, conduisant finalement à une plus grande rentabilité pour l'organisation dans son ensemble. Une base de données de messagerie ciblée et segmentée signifie qu'une marque peut diriger des messages dans certains secteurs de sa clientèle afin d'obtenir les meilleurs résultats.