

# LES LEVIERS DE L'EMARKETING

OAP Marketing Web - ESC Toulouse 2008  
Intevenant: francois@goube.org

# Objectifs du cours

---

- Comprendre comment intégrer le web dans la stratégie des entreprises
- Connaître les grands leviers de l'emarketing
- Savoir quels sont les métiers spécifiques au marketing online
- Appréhender les nouvelles théories de l'emarketing

# Qu'est-ce que le emarketing ?

## □ Marketing:

Discipline qui cherche à déterminer les offres de biens et services en fonction des attitudes des consommateurs et à favoriser leur commercialisation.

## □ Emarketing

Discipline sous-jacente qui tend à favoriser la commercialisation de produits ou services grâce à l'utilisation des nouvelles technologies.

# Quels supports pour l'emarketing ?

- Internet
- Email
- Mobile
- Bases de données
- Jeux videos

# Les leviers de l'emarketing

---

- Le référencement naturel (SEO)
- Les liens sponsorisés (SEM)
- L'affiliation
- L'emailing
- Le marketing Viral
- Les partenariats web

# Le référencement naturel (SEO)

## □ Définition (Search Engine Optimisation)

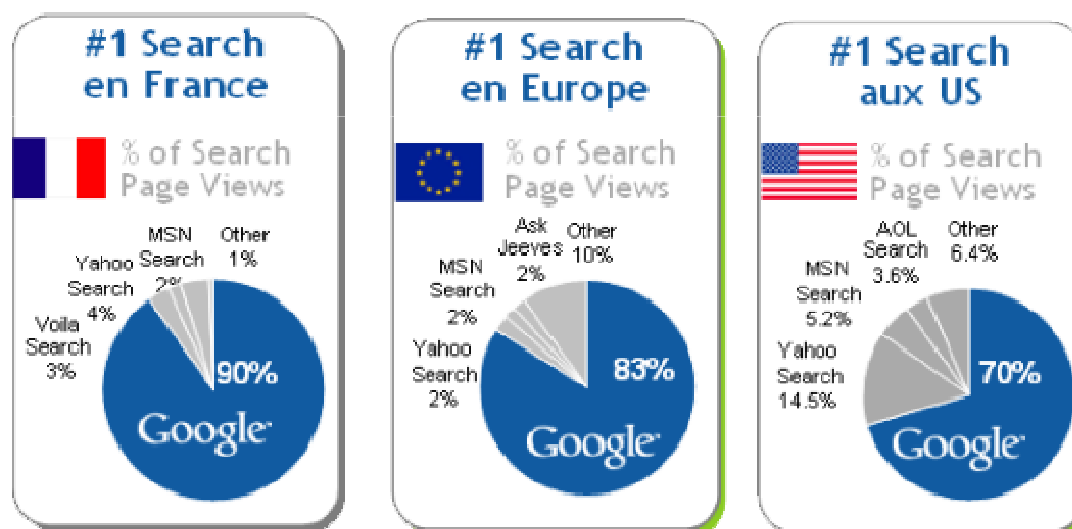
- ▣ Action générique d'inscrire les sites internet dans les grands moteurs de recherche
- ▣ Par extension on parle de positionnement pour améliorer le classement d'un site à partir d'une recherche donnée

## □ Enjeux

- ▣ Le référencement est l'une des principales sources de trafic d'un site
- ▣ La visibilité obtenue par le référencement naturel est « gratuite »

# Le référencement naturel

- Parts de marchés des grands moteurs de recherche



Source Nielsen-Netratings 2008

# L'approche Google

---

- Don't be evil
- Content is King



# Comment fonctionnent les algorithmes des moteurs de recherche ?

- **Une équation simple :**

- $\text{GoogScore} = (\text{KW Usage Score} * 0.3) + (\text{Domain Strength} * 0.25) + (\text{Inbound Link Score} * 0.25) + (\text{User Data} * 0.1) + (\text{Content Quality Score} * 0.1) + (\text{Manual Boosts}) - (\text{Automated \& Manual Penalties})$

- **L'ensemble des moteurs de recherche fonctionne de cette manière**

# Éléments clés de l'algorithme de Google

- Les mots clés
  - ▣ Dans le titre de vos pages
  - ▣ Dans vos meta-tags
  - ▣ Dans votre contenu
  - ▣ Derrière vos liens internes
- Le nom de domaine
  - ▣ Ancienneté
  - ▣ Mots clés présents dans votre NDD
- Url

# Éléments clés de l'algorithme de Google

## □ Les liens

### □ Internes:

- Plan de site
- Listes de catégories
- Texte des liens que vous créez

### □ Externes : Google est une vraie maitresse d'école

- Nombre de liens pointant vers votre site
- Qualité des liens

# Méthodologie pour référencer un contenu web

- Analyse de la cible
  - ▣ Type de population
  - ▣ Habitudes de recherche de cette population
  - ▣ Langage spécifique ?
- Définition d'une liste de mots clés
- Intégration des mots clés dans votre contenu
- Créer des liens
  - ▣ Internes
  - ▣ Externes

# Les liens sponsorisés (SEM)

## □ Définition

Le Search Engine Marketing correspond à l'ensemble des actions visant à enchérir sur certains mots clés ou expressions clés pour apparaître sur les premières pages des résultats de recherche sur les moteurs

Web Images Maps Actualités Vidéo Gmail plus ▾ Connexion

Google ipod Rechercher Recherche avancée Préférences

Rechercher dans :  Web  Pages francophones  Pages : France

Web Résultats 1 - 10 sur un total d'environ 290 000 000 pour **ipod** (0,17 secondes)

**Apple iPod - Site Officiel** Liens commerciaux  
[www.apple.com/france\\_store](http://www.apple.com/france_store) Achetez votre iPod en direct sur la boutique d'Apple © France

**iPod - Direct d'Usine** Liens commerciaux  
[Mac-Promos.fr/iPod](http://Mac-Promos.fr/iPod) Achetez votre iPod ! Envoi sous 24h - Livraison gratuite

**Apple - iPod + iTunes**  
Découvrez iPod, Apple TV et leurs accessoires. Téléchargez gratuitement le logiciel iTunes et achetez des cartes iTunes, et bien sûr de la musique.  
[www.apple.com/fr/itunes/](http://www.apple.com/fr/itunes/) - 33k - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

**Apple - iPod - Quel iPod êtes-vous ?**  
Quel iPod êtes-vous ? Que votre bibliothèque musicale contienne des milliers de chansons ou quelques titres seulement, que vous emportiez avec vous ...  
[www.apple.com/fr/ipod/whichipod/](http://www.apple.com/fr/ipod/whichipod/) - 23k - [En cache](#) - [Pages similaires](#)  
[Autres résultats, domaine www.apple.com »](#)

**iPod - Wikipédia**  
Une présentation complète sur l'encyclopédie libre.  
[fr.wikipedia.org/wiki/iPod](http://fr.wikipedia.org/wiki/iPod) - 75k - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

**Baladeur iPod - RueDuCommerce**  
Rueducommerce : catégorie Baladeur iPod mp3, mp4 et son numérique.  
[www.rueducommerce.fr/Son-Numerique-Home-Studio/187-Baladeur-iPod/](http://www.rueducommerce.fr/Son-Numerique-Home-Studio/187-Baladeur-iPod/) - 130k - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

**Achetez Votre iPod** Liens commerciaux  
iPod Touch, iPod Classic, iPod Nano  
Gravure et Livraison Gratuite  
[www.MacPromos.fr/iPod](http://www.MacPromos.fr/iPod)  
Aquitaine

# Plateforme de Search Marketing

- Google Adwords

- <http://www.google.fr/adwords>

- Yahoo Search Marketing

- [http://searchmarketing.yahoo.com/fr\\_FR/](http://searchmarketing.yahoo.com/fr_FR/)

- Microsoft AdCenter

- <http://adcenter.microsoft.fr>

# Liens sponsorisés

- Les grandes plateformes ont des réseaux de diffusion

The screenshot shows the JobiJoba website interface. At the top, there's a search bar with 'Emploi recherché ?' and 'Où ?' fields. Below the search bar, there are several job listings for 'Chef de produit'. The first listing is for 'Confidentiel - Grand Casablanca - Maroc' with a salary of 'Non spécifiée'. The second listing is for 'CUC - BUCHELAY - (01) - Ile de France - France' with a contract of 'stage de 3 mois et plus'. The third listing is for 'SFR Entreprises - la défense - (01) - Ile de France - France' with a contract of 'stage de 3 mois et plus'. The fourth listing is for 'JET TOURS - IVRY SUR SEINE - (01) - Ile de France - France' with a contract of 'stage de 3 mois et plus'. The fifth listing is for 'SALT AND PEPPER - PARIS - (01) - Ile de France - France' with a contract of 'stage de 3 mois et plus'. On the right side of the page, there is a red oval highlighting a 'JobiJoba' logo and several sponsored job listings: 'Offres emploi Bordeaux', 'cv chef de produit', 'chef de produit emploi', and 'Emploi Chef De Produit'.

# Méthodologie SEM

- Analyse de la cible
- Définition d'une liste de mots ou expressions-clés
- Enchérir sur ces mots-clés
- Suivre ses enchères
- Analyser le ROI
- Adapter son investissement
  - Saisonnalité
  - Concurrents
  - ...



# Quel est le modèle économique du SEM ?

## □ CPC

(Cost Per Clic)

A chaque clic d'un internaute sur sa publicité, l'annonceur rémunère la plateforme

## □ CPA

(Cost Per Act)

Chaque fois qu'un internaute clique sur une publicité, et que l'internaute réalise une acte défini par l'annonceur (remplir un formulaire, acheter un produit, ...) l'annonceur rémunère la plateforme

# L'affiliation

- Définition :  
L'**affiliation** caractérise l'ensemble des échanges que l'on retrouve entre annonceurs et éditeurs publicitaires sur le Web.
- Plateforme d'affiliation:  
Entreprise qui met en relation annonceurs et éditeurs
- Editeurs :  
Acteurs indépendants qui assurent la promotion des produits ou services d'un annonceur en échange d'une commission pour les leads ou les ventes qu'il génère
- Annonceurs :  
Toute entreprise vendant un produit ou un service

# Affiliation : Modèle économique

- CPM

(Coût Pour Mille)

Chaque fois qu'une publicité est affichée 1000 fois, l'annonceur paye la plateforme d'affiliation

- CPA

(Coût Par Acte)

# Affiliation : les principales plateformes

---

- Zanox
- Tradedoubler
- Affili.net
- Linkshare
- Adbrite

# Marketing de la performance

## □ Avantages

- Accessibles à tout le monde
- Publicité ciblée
- Coûts maîtrisés
- On ne paye que ce que l'on gagne

## □ Inconvénients

- Nécessité de suivre les campagnes d'affiliation et de SEM quotidiennement
- Lourdeur de l'analyse du ROI pour les petites structures

# La problématique du emarketeur

- Déterminer son taux de transformation
  - Sur 100 visiteurs combien ai-je de clients ?
- Déterminer le panier moyen
  - Combien me rapporte un client ?
- Déterminer le coût d'acquisition de mes visiteurs cibles
  - Combien me coûte un visiteur ?

# Cas pratique : vente d'Ipod Nano

- Un ecommerçant vend des Ipod Nano
  - Panier moyen : 179€
  - Taux de transformation : 2%
  - Coût d'acquisition d'un visiteur : 0,40 € (CPC)
  
- Résultat
  - Pour avoir 100 visiteurs je dépense 40€ (0,40€x100)
  - Sur 100 visiteurs j'ai 2 clients (2% $\times$ 100)
  - Avec 2 clients je génère 358€ de CA

# Emailing

- Définition:
  - Désigne l'envoi massif d'informations et de prospectus publicitaires par voie électronique
- Potentiel :
  - 6% des messages électroniques publicitaires sont ouverts
  - 50% des messages ouverts sont lus



# Problématique de l'emailing

- Comment faire pour que mes messages ne soient pas considérés comme du spam ?
  - ▣ Utiliser un logiciel d'emailing
  - ▣ Utiliser un prestataire d'emailing
- Comment analyser le ROI
  - ▣ Taux d'ouverture
  - ▣ Taux de lecture
  - ▣ Taux de conversion

# Les partenariats Web

- Il s'agit de nouer des liens avec d'autres sites pour améliorer sa visibilité
- Formes de partenariats
  - ▣ Echange de visibilité
  - ▣ Intégration de services en marque blanche/ Marque grise
  - ▣ Partage de bases de données

# Le marketing Viral

- Sujet abordé par Cédric Giorgi
- Avènement du marketing du bouche à oreille
- Qui mieux que mes amis peuvent me recommander un produit ?

# Les nouveaux marketeurs

- Responsable Business Development/Trafic Manager
- Responsable Search Marketing
- Responsable SEO (Search Engine Optimisation)
- Responsable Partenariats
- Responsable Communication Online
- Affiliate Manager

# Marketing 2.0

## □ La fin de l'interruption marketing

- Le modèle publicitaire classique est mort
  - Lire Seth Godin : Permission Marketing
  - Les individus sont habitués à la publicité
  - Les événements regroupant l'ensemble de la population sont rares
  - Le coût est de plus en plus élevé pour un ROI de plus en plus faible
- Le marketing de la permission
  - Les individus préfèrent choisir la publicité qui leur correspond
  - Avec le web les consommateurs deviennent acteurs:  
(Blogs, comparateurs de prix, effacement des frontières, transparence de l'information...)

# Marketing 2.0

## □ L'avènement du marketing de la recommandation

- « Transformer vos visiteurs en clients puis en amis »  
- Seth Godin
- Coût d'acquisition d'un nouveau client tend vers zero
- Meilleur taux de conversion
- ROI (Return On Investment) plus important que dans le offline

## □ Placer le client au centre de l'organisation

- Lui demander son avis
- Detecter ses intentions d'achat
- Le rendre acteur par rapport à la mise au point de vos produits ou services
- La Demande crée l'offre

# De nouvelles théories Marketing

## □ Pinko Marketing

- ▣ Les marketers font partie du marché
- ▣ Notion de communautés d'intérêts
- ▣ Le client est au centre de la vision Marketing et Stratégique

MKTNG DIRECTOR	PINKO MARKETER
Strategy, planning, research, media buys, project mgt, brand development & mgt, advertising & promotions	Creating passionate users...by listening, observing, being part of the community - an inately knowing what they will need next (see Kathy Sierra)
Focus on deliverables: cost per click, media planning within a given budget, ROI, etc.	Helping your community kick ass = \$next to nothing ----- Shifting your advertising budget to improving your product = priceless
Studies target markets, collects consumer data, predicts future market trends, conducts user testing, focus groups and customer feedback surveys.	Erm...talks to people.  (Not too hard since s/he knows many of them personally.)
Uses words like: consumer, target, buyer, and user to describe customers.	Uses words like: Jennifer, Tejas, Jeremy, Salim, Carol, Amit, Vijay, Eran, Lex, Mary, Joseph, Thomas, Ho John, etc. to describe members of his/her community.

# The Long Tail

- Offline, la mise en rayon d'un produit est fonction du rapport ventes/coût de stockage
  - Faible diversité des catalogues → pénurie de choix
  - L'espacement géographique d'une population cible correspond à une absence de cible pour les marketeurs traditionnels
- L'histoire de *Touching the Void* et Amazon.com
- Nous ne sommes pas des moutons
  - Exploration des queues de catalogue
  - Personnalisation de l'offre
- Avec le web et la vente en ligne, bienvenue dans le siècle de l'abondance des choix.



# The Long Tail

- Quel pourcentage des 30 000 premiers titres sera vendu ou loué au moins une fois par mois sur les sites comme iTunes, Amazon ou autre ?
  - Votre réponse : 20% car vous pensez à Pareto
  - La vraie réponse : 99%, il existe une demande pour tous les titres, les « bides » se vendent aussi!
  - Les « bides » constituent un énorme nouveau marché
- Les règles :
  - Tout doit être disponible : sur internet le coût de présentation d'un nouveau produit tend vers zero
  - Baissez les prix de moitié puis baissez les encore
  - Recommandations et aide à l'achat

# The Long Tail

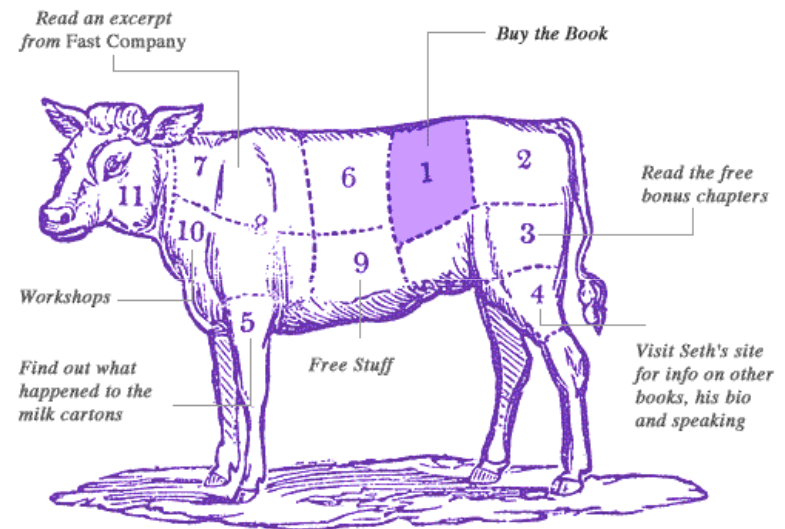


# Web 2.0 : Repenser le Mix

## □ Evolution des 4P

- Price
- Place
- Product
- Promotion
- Purple

(CF Purple Cow – Seth Godin)



Purple  
**COW**