*Le web Marketing, c’est quoi ?*

## On entend parler de plus en plus de webmarketing dans les médias. On l'associe aux réseaux sociaux, au buzz, ou encore aux sites Internet. Mais qu'en est-il vraiment?

## *A quoi ca sert ? Quelle est la différence avec le Marketing classique ?*

Le **web marketing**est appelé aussi **cybermarketing**, un terme qui sert à définir l’utilisation d’un site web comme un canal de prospection et de fidélisation des internautes. En web marketing, on utilise la combinaison de différentes techniques comme la mercatique et la statistique. Elle sert aussi à **commercialiser** par le biais de la technologie informatique, des réseaux, des bases de données, et ceci a pour but de créer une interface ergonomique.

En fait, le **web marketing** est un processus qui consiste à vendre des services ou produits par le biais des sites internet. En d’autre terme c’est une promotion en ligne. Il est très important pour les consommateurs car ils peuvent avoir des idées de ce qu’ils vont choisir à partir de chez eux, ils ont la chance de regarder les pubs visuelles avec des photos. Par rapport au **système marketing** traditionnel, le **cybermarketing**donne l’opportunité de réaliser rapidement des affaires, étant donné que la connexion arrive maintenant chez soi. Pour y réussir, il faut créer un site web avec des contenus très clairs et lisibles, compréhensibles par les visiteurs de votre site. Il faut que vous utilisiez une stratégie marketing très efficace pour conquérir beaucoup de clients.

## *Activités liées au webmarketing ?*

## Les activités liées au webmarketing sont classé en quatre catégories:

## Le webmarketing stratégique, la création de trafic, l'analyse de performance et la fidélisation.

## ***Le webmarketing stratégique recouvre:*** - L'analyse de la demande  - La Veille stratégique  - Le positionnement du site  - Le webmarketing mix

## ***La création de trafic inclut, de son coté:*** - Référencement  - Les liens sponsorisés  - La publicité en ligne  - L'emailing de conquête  - L'Affiliation  - L'adaptation des contenus générateurs de trafic  - Le marketing viral et le buzz marketing  - L'utilisation des sites de petites annonces  - La promotion dans les forums de discussion  - La promotion dans les mailing lists  - La promotion dans les sites de networking  - L'échange de liens  - Les partenariats  - La diffusion de services en marque blanche  - Le développement de synergies avec la promotion offline  - Les coupons électroniques  - Les jeux concours  - Le sponsoring

## ***L'analyse des performances recouvre différentes disciplines:*** - L'analyse de visibilité  - L'analyse de trafic  - L'analyse des ventes  - Le datamining

## ***La fidélisation inclut, quant à elle:*** - L'animation et le renouvellement du contenu du site  - L'emailing de fidélisation  - La création de communauté *Les principaux outils du webMarketing :*

*Référencement : La base du web marketing :*

On distingue le référencement naturel qui se fait gratuitement via les moteurs de recherche des liens sponsorisés(ou référencement commercial) qui s’apprente plus à de la publicité au sein des résultats de recherche.

* Référencement naturel SEO :

L’une des pratiques les plus concurrentielles nécessitant- un très proche suivi.

En effet pour chaque mot clef ; le classement des sites sur google(plus de 85 % des recherches)évolue tous les jours.

* Référencement commercial (SEM) :

Si le référencement naturel est trop concurrentiel, google vous propose aussi la solution addwords qui consiste à payer au clic pour une sélection de mots clefs. Votre site apparaît alors dans la partie droite de la recherche sur la première page. Il n'est d'ailleurs pas besoin d'un budget conséquent car il est possible de définir un budget journalier aximum. C'est une technique que je pratique sur ce site de façon ponctuelle.

Yahoo search marketing propose aussi quelques outils tels que le Trusted feed (en perte de vitesse) ou search monkey qui permet d'afficher des vignettes dans les résultats.

*E mail marketing : Un excellent outil de fidélisation :*

A la différence des newsletters qui sont périodiques, les emailings sont ponctuels et beaucoup plus ciblés pour promouvoir de nouveaux produits ou événements. En envoyant de l’information pertinente via un format encapsulé texte et html, on assure ainsi une parfaite réception qui permet d’obtenir des taux d’ouverture de prés de 20 % et de taux de clic moyens de 4 %.



## 

## 