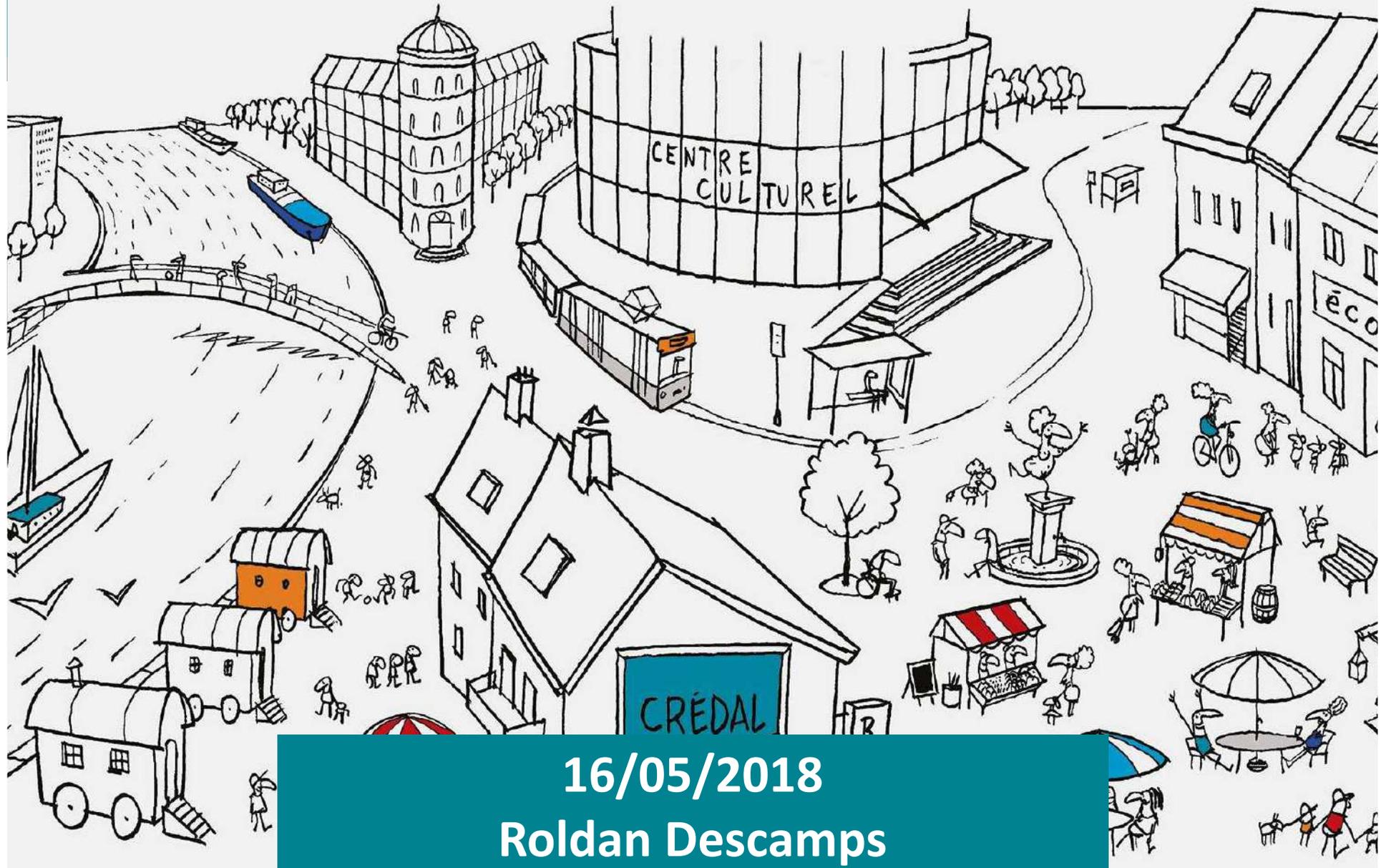


Marketing Digital



16/05/2018

Roldan Descamps



Qu'est-ce que le marketing ?



Marketing Digital ?

Belgique

Habitants : 11,34 millions

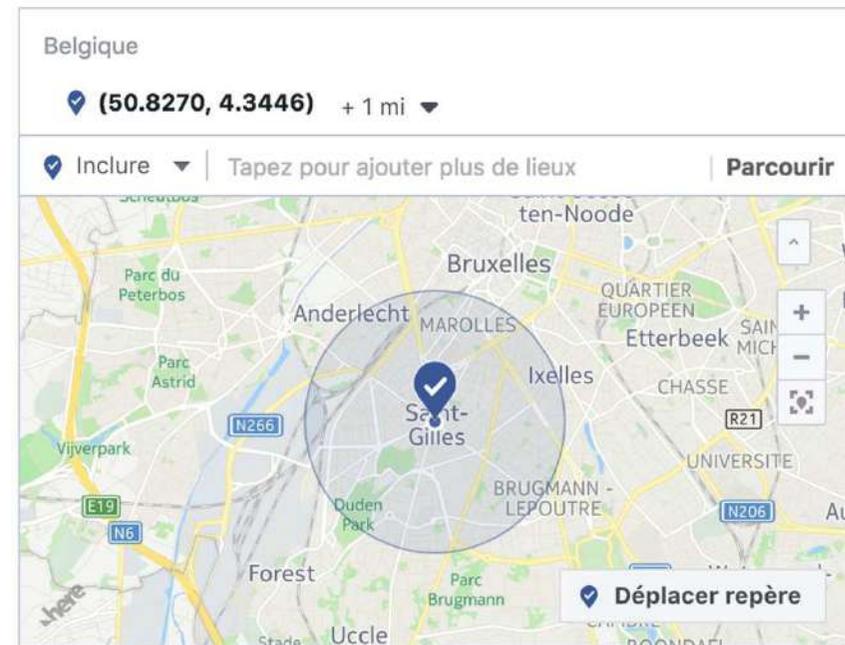
Utilisateurs actifs d'internet : 9,64 millions (85%)

Utilisateurs actifs des réseaux sociaux : 6,00 millions (53%)

Utilisateurs actifs des réseaux sociaux de manière mobile :
4,70 millions (42% / 78%)

Être local sur internet ?

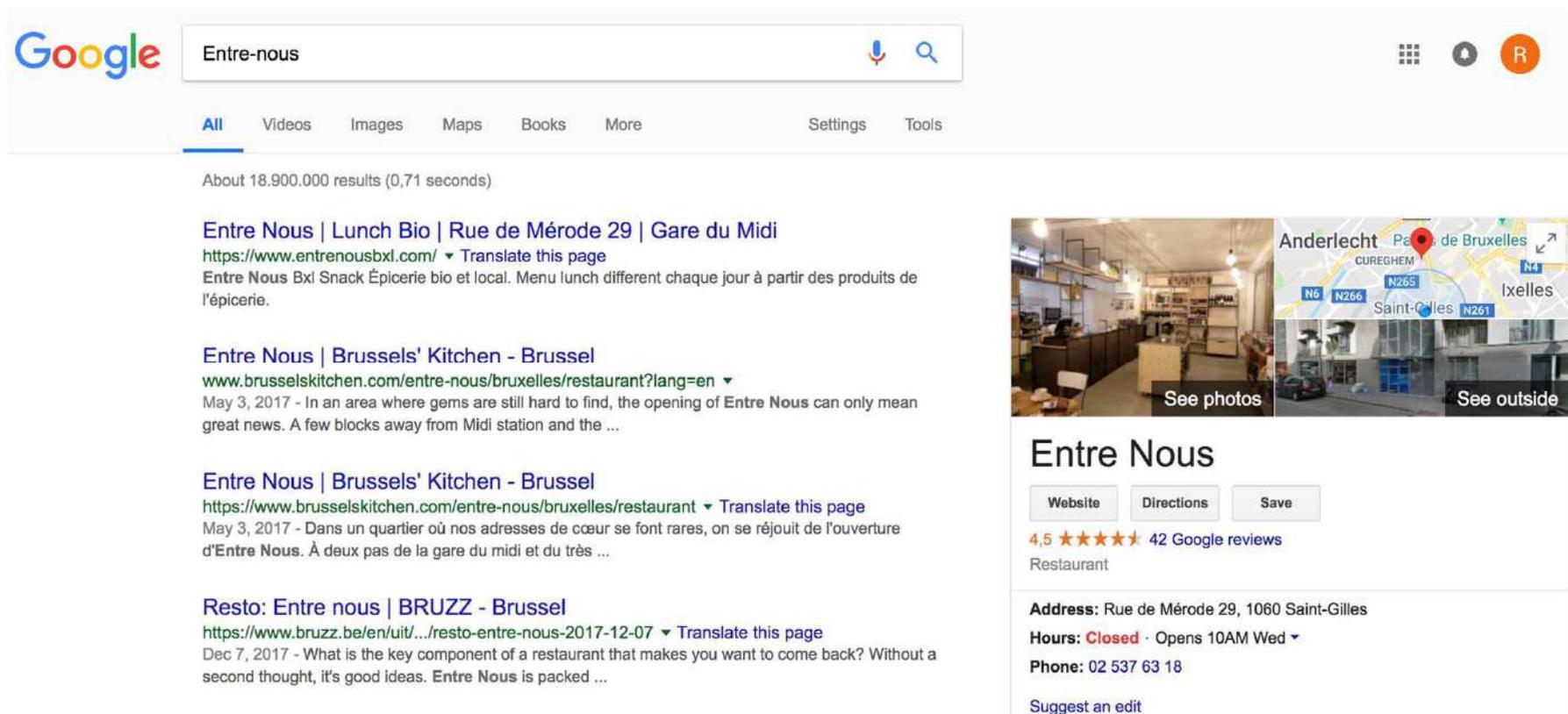
Zone de chalandise → Ciblage géographique





Le marketing passif : référencement

Données en ligne



Google Entre-nous

All Videos Images Maps Books More Settings Tools

About 18.900.000 results (0,71 seconds)

Entre Nous | Lunch Bio | Rue de Mérode 29 | Gare du Midi
<https://www.entrenousbxl.com/> Translate this page
Entre Nous Bxl Snack Épicerie bio et local. Menu lunch different chaque jour à partir des produits de l'épicerie.

Entre Nous | Brussels' Kitchen - Brussel
www.brusselskitchen.com/entre-nous/bruxelles/restaurant?lang=en
May 3, 2017 - In an area where gems are still hard to find, the opening of **Entre Nous** can only mean great news. A few blocks away from Midi station and the ...

Entre Nous | Brussels' Kitchen - Brussel
<https://www.brusselskitchen.com/entre-nous/bruxelles/restaurant> Translate this page
May 3, 2017 - Dans un quartier où nos adresses de cœur se font rares, on se réjouit de l'ouverture d'**Entre Nous**. À deux pas de la gare du midi et du très ...

Resto: Entre nous | BRUZZ - Brussel
<https://www.bruzz.be/en/uit/.../resto-entre-nous-2017-12-07> Translate this page
Dec 7, 2017 - What is the key component of a restaurant that makes you want to come back? Without a second thought, it's good ideas. **Entre Nous** is packed ...

Entre Nous
Website Directions Save
4,5 ★★★★★ 42 Google reviews
Restaurant
Address: Rue de Mérode 29, 1060 Saint-Gilles
Hours: Closed · Opens 10AM Wed
Phone: 02 537 63 18
Suggest an edit



Données en ligne

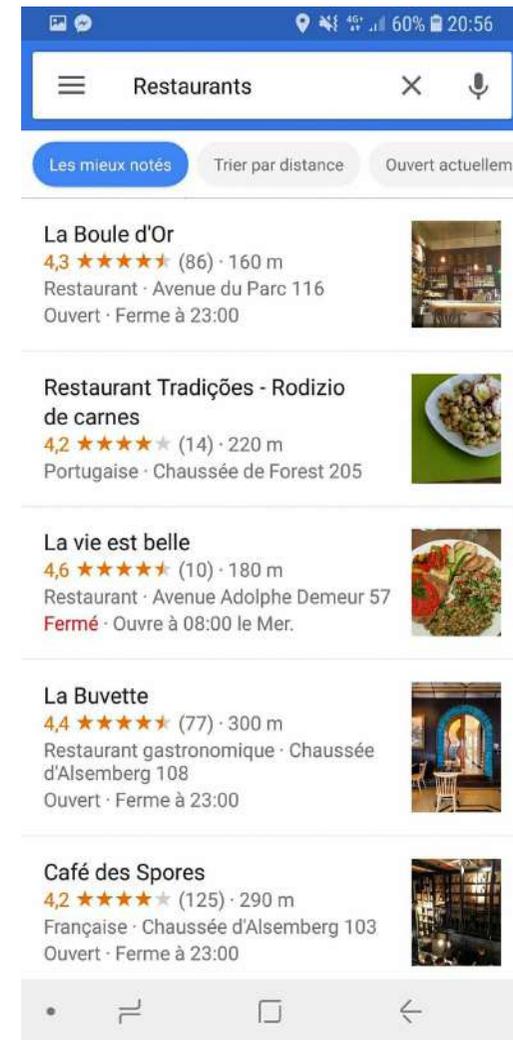
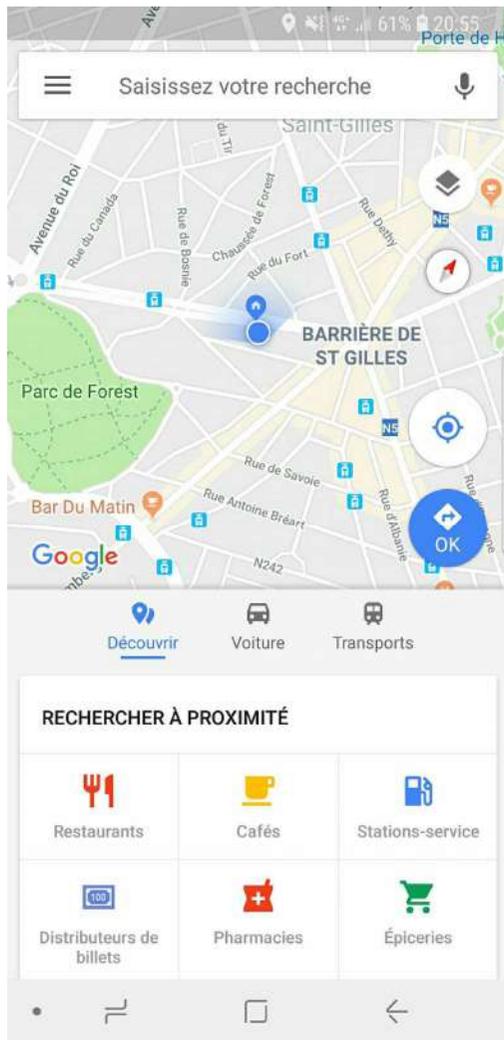
Annuaire génériques



Google My Business



Données en ligne



Données en ligne

Annuaire spécifiques



Données en ligne

← → ↻ **Sécurisé** <https://www.entrenousbxl.com> 



Pour plus d'infos et réservations

GSM : 0032 (0) 484 21 66 95 | Email: sara@entrenousbxl.com
Tel : 0032 (0) 2 537 63 18 | Rue de Mérode 29 - Saint Gilles

horaires d'ouverture: du lundi au vendredi - de 10h à 19h

Prenom Nom

Email

GSM

Message

CONTACTS ●



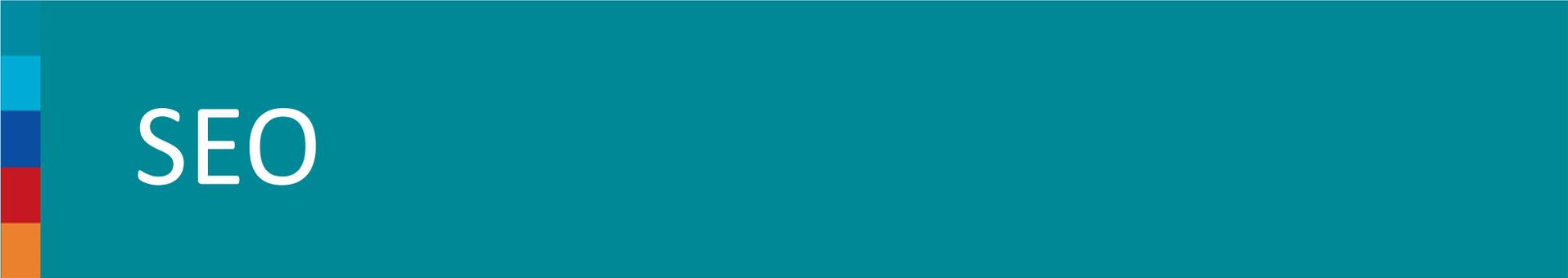
SEO

= optimisation des moteurs de recherche

Dépend de :

- La construction du site (HTML, balises, clarté du code, etc.)
- La création de liens avec le reste d'internet ;
- Le création de contenu ;
- Popularité et visites ;

➔ On parle de **portée organique** ou d'**inbound** : ce sont des clients qui arrivent naturellement sur le site.



SEO

Les moteurs de recherche « comprennent » la localisation géographique votre site !

- Emplacement
- Contenu de qualité et audience
- Fiches et annuaires

SEO

Entre Nous

Website

Directions

Save

4,5 ★★★★★ 42 Google reviews

Restaurant

Address: Rue de Mérode 29, 1060 Saint-Gilles

Hours: Closed · Opens 10AM Wed ▾

Phone: 02 537 63 18

[Suggest an edit](#)

Know this place? [Answer quick questions](#)

Questions & answers

Be the first to ask a question

[Ask a question](#)

Reviews from the web

4,9/5 [Facebook](#) · 65 votes



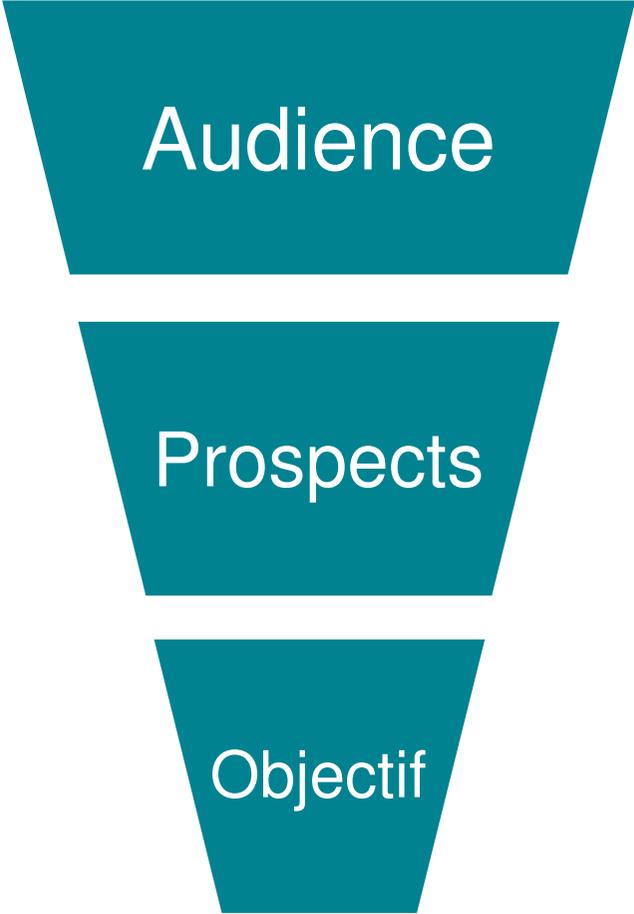
Le marketing actif : communication



Concepts clés

- Funnel
- Taux de conversion
- Coût d'acquisition
- Valeur d'un cycle de vie

Funnel



A diagram of a funnel with three stages. The top stage is the widest and is labeled 'Audience'. The middle stage is narrower and labeled 'Prospects'. The bottom stage is the narrowest and labeled 'Objectif'. The funnel is composed of three teal-colored trapezoidal sections stacked vertically.

Audience

Prospects

Objectif

Funnel



Taux de conversion



Coût d'acquisition



Valeur de cycle de vie

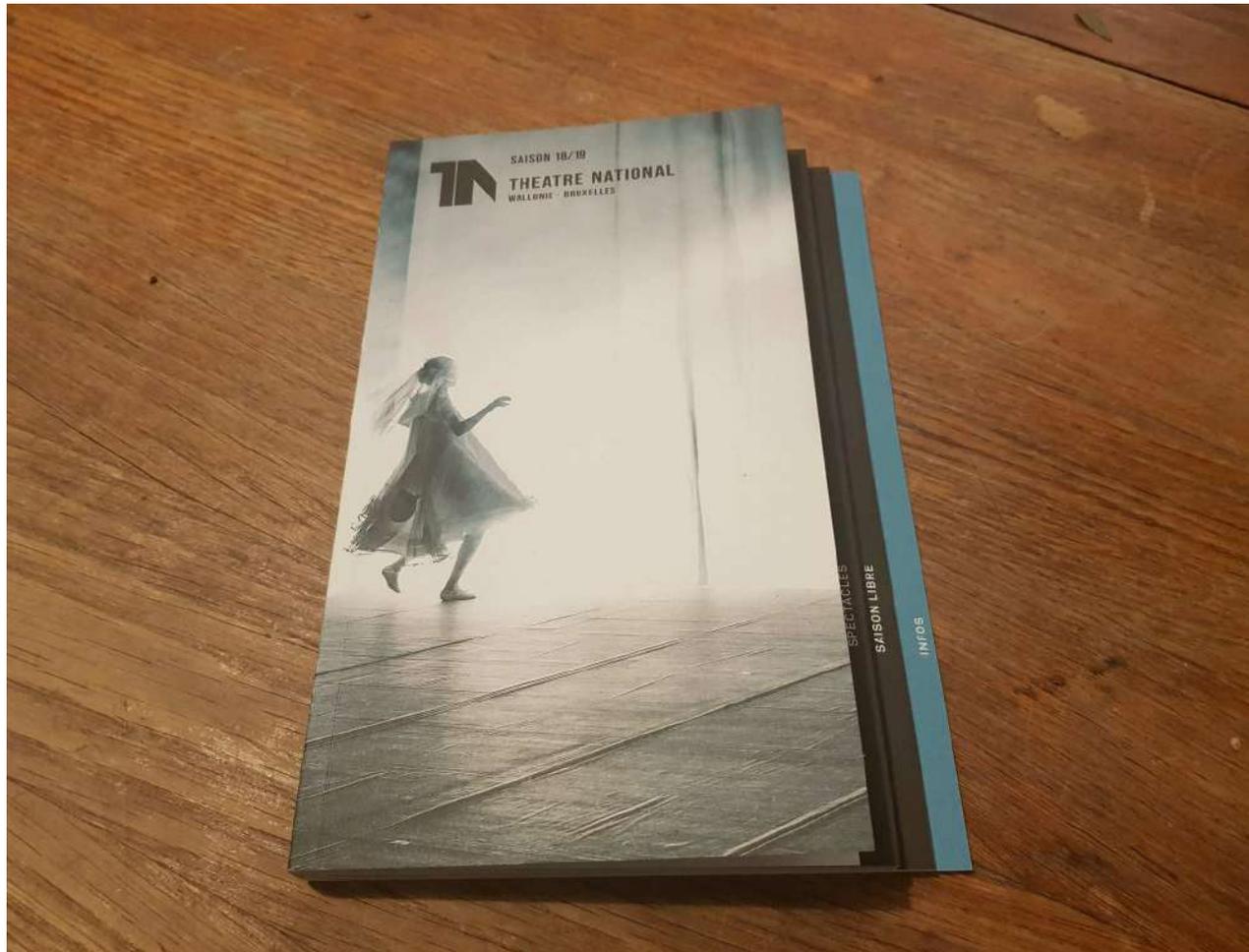
J'ai un coût d'acquisition moyen de 17€ par client. 60% des clients qui passent chez moi se fidélisent et viennent une fois par semaine, avec un panier moyen de 20€.

$$\text{CLV} = 0,6 * 20 * 52 = 624\text{€} \quad \text{Marge} = 624 - 17 = 607\text{€}$$

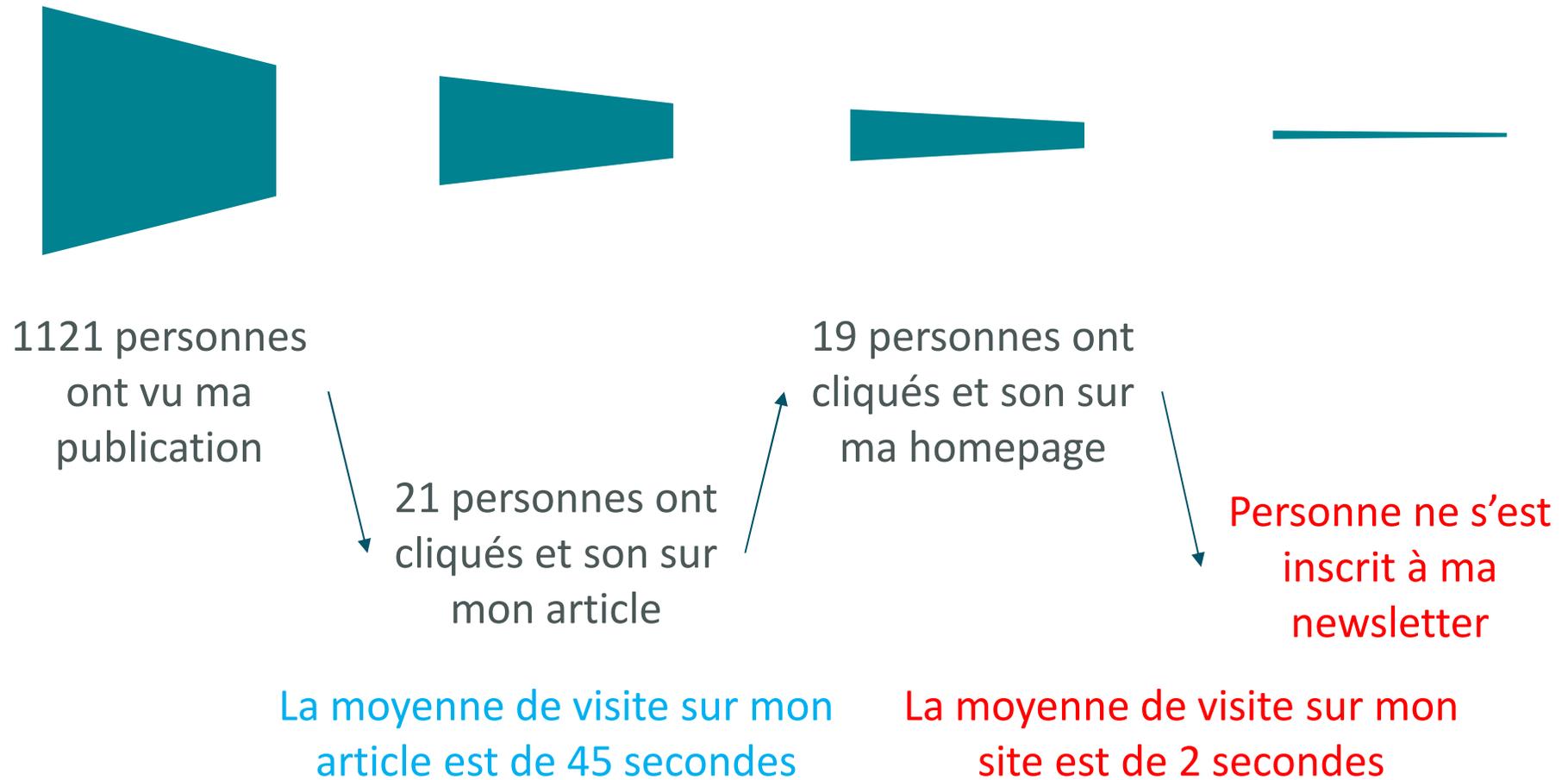
J'ai un coût d'acquisition moyen de 3€ par client. 100% des clients qui passent chez moi ne viennent qu'une fois avec un panier moyen de 100€

$$\text{CLV} = 1 * 100 = 100\text{€} \quad \text{Marge} = 100 - 3 = 97\text{€}$$

Dans la “vraie” vie



Goûlot d'étranglement





Exercice

Imaginez deux scénarios / funnels potentiels pour votre voisin de gauche



SEA

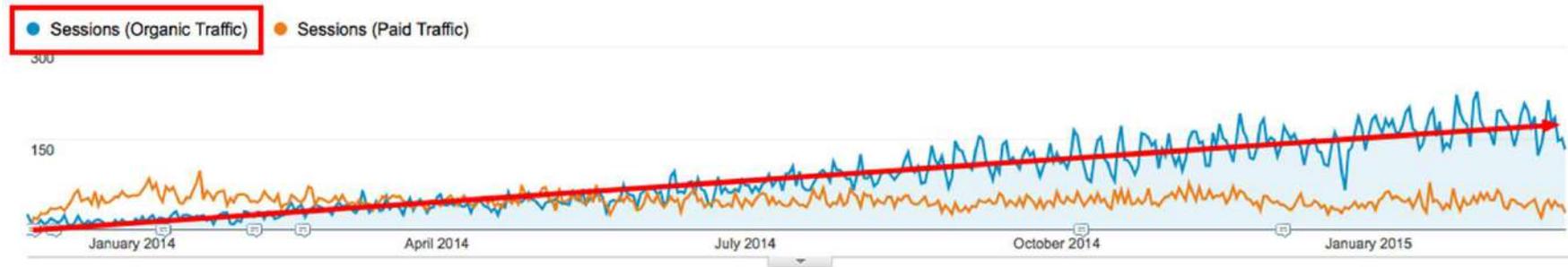
= publicité payée sur les moteurs de recherche

Le prix dépend de :

- La compétition sur le sujet ;
- Le nombre de clics ;

➔ On parle de portée **payée** ou d'**outbound** : ce sont des clients qu'on a été chercher de manière active.

SEO vs SEA



Emailing

L'email, ça fonctionne encore en 2018 ?



Emailing

L'email, ça fonctionne encore en 2018 !

- Direct
- Peu cher
- Récurrent

! GDPR !



Emailing

Outils

The screenshot shows the Sendinblue dashboard with the following data:

- 2,016** All your contacts
- 8** opened (0%)
- 5** clicked (0%)

Email Campaigns

- Sent
- Drafts

Previous Campaigns

ID	NAME	RECIPIENTS	OPENERS	CLICKERS	UNSUBSCRIBED
#5	Newsletter - October 2016	21 (100%)	9 (42.86%)	5 (23.81%)	1 (4.76%)





Emailing

Construire une base de données

Lors de l'inscription

- Au minimum : une adresse mail ;
- Personnaliser : nom, adresse, autres informations personnelles ;
- Possibilité de se désinscrire ;

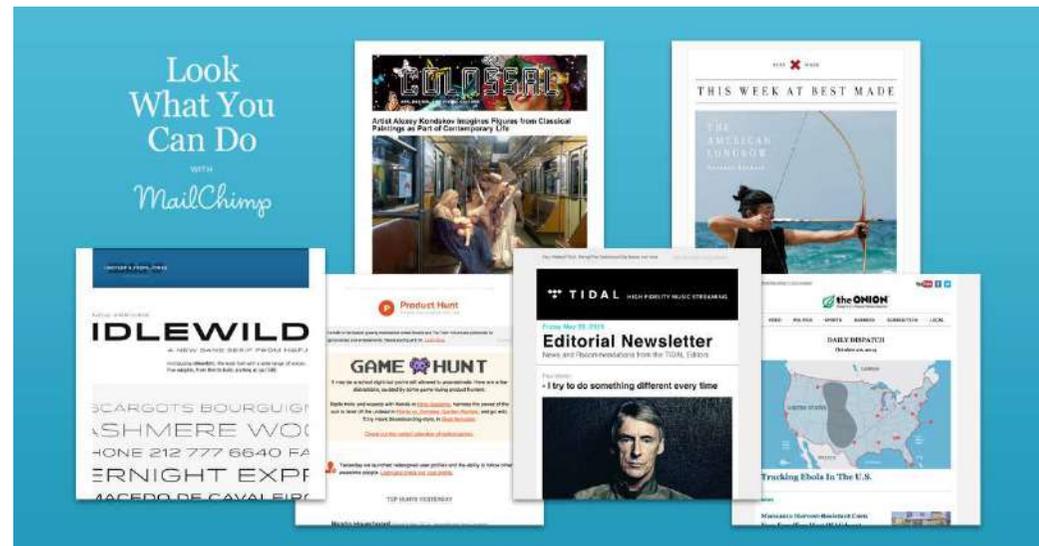
Après plusieurs campagnes

- Fréquence des mails ;
- Fidélité ?

Emailing

Contenu

- Attirer l'attention
- Design existants





Emailing

Contenu

Première impression :

- Champ « FROM »
- Objet
- Personnalisé

Corps du texte :

- Concis et illustré
- Renvoyer vers des articles plus longs

Emailing

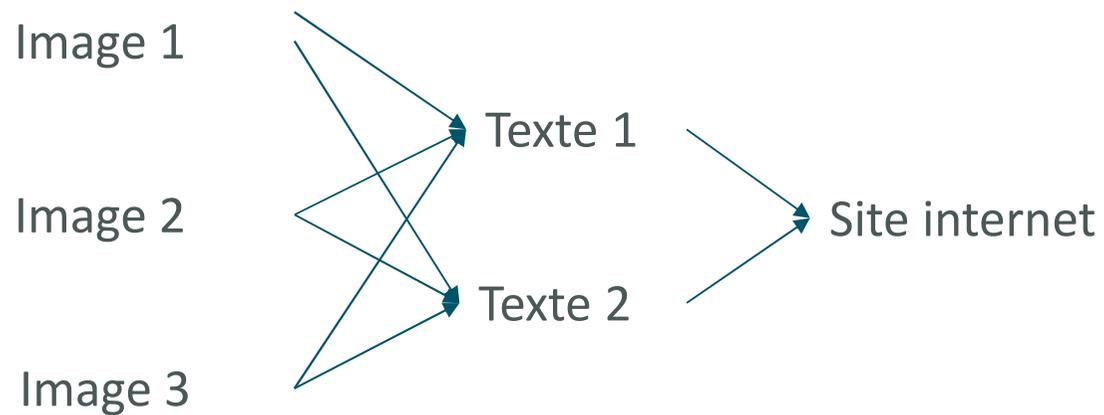
Métriques

- Taux d'ouverture (TO)
 - Taux de clics (CTR)
 - Taux de réactivité = CTR / TO
 - Taux de rejet
- ➔ coût d'acquisition ?

LISTE	DÉLIVRÉS	SOFT BOUNCES ⓘ	HARD BOUNCES ⓘ	TAUX D'OUVERTURE	TAUX D'OUVERTURES MULTIPLES	TAUX DE CLIC	TOTAL DES CLICS	DÉSINSCRITS	PLAINTES
[31] Alimentation Durable RW : 100% 337 contacts	94,96% 320	4,15% 14	0,89% 3	12,81% 41	42,50% 136	2,81% 9	4,69% 15	0% 0	0% 0

Emailing

Stratégie : A/B Testing





Social Media Marketing

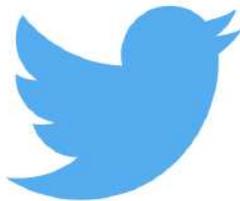
Les réseaux sociaux permettent :

- D'échanger directement avec vos clients ou prospects ;
- De partager des contenus ;
- De participer à des discussions ;
- D'établir une relation de confiance ;
- De toucher un public plus large ;
- De mieux connaître et comprendre vos clients ;

Il s'agit d'une relation à **double sens** !

Social Media Marketing

Quels réseaux sociaux ?





Social Media Marketing

Développer une stratégie : planifier !

- Quel contenu ?
- A quel moment ?
- Sur quel réseau ?
- Qui se charge de s'en occuper ?

➔ Créer un calendrier sur 6 mois, en fonction des événements associés.



Exercice

Imaginez 5 publications potentielles sur les réseaux sociaux :

- Quel format ?
- Quel contenu ?
- Quel réseau ?
- Timing ?

1 – Vous êtes maraicher, vous démarrez et vous vendez vos produits en GASAP exclusivement.

2 – Vous tenez un comptoir traiteur qui propose un lunch du jour à emporter chaque midi.

Social Media Marketing

Développer une stratégie

The screenshot shows the Buffer dashboard interface. At the top, there's a navigation bar with the Buffer logo and links for Buffer Admin, Help, Team, Admin (with a 'NEW' badge), and My Account. Below this is a secondary navigation bar with tabs for Content, Analytics, Schedule, and Settings. The main content area is divided into a left sidebar for 'Accounts' and a main panel for '@buffer'. The 'Accounts' sidebar lists several profiles with checkmarks. The main panel shows the '@buffer' profile and a section titled 'Here are your most influential and engaged followers'. This section is split into two columns: 'Influencers who have recently followed you' and 'Influencers who have recently engaged with you'. Each column displays a list of influencers with their profile pictures, usernames, follower counts, and a brief bio. For example, the first influencer in the 'recently followed' list is '@New@elum' with 35k followers and a bio mentioning digital marketing expertise. The second influencer in the 'recently engaged' list is '@startvalid' with 1k followers and a bio mentioning marketing resources. Each influencer entry has 'Follow' and 'Dismiss' buttons.



Social Media Marketing

Publicité payante

- Audience personnalisée
- Cible géographique
- Augmenter sa visibilité
- En complément !



ISFSC
Sponsorisé · €

J'aime la Page

Prêt pour le grand saut dans tes études supérieures ?
Nous t'attendons le 24 mars de 10h à 15h !
Viens découvrir nos trois bacheliers : Assistant social, Écriture multimédia et Communication, et notre master en Stratégie et analyse de la communication interactive et collaborative ... [Afficher la suite](#)



**PORTES
OUVERTES**
samedi
24 mars 2018
10:00 > 15:00

Portes ouvertes : 24 mars 2018 ! - ISFSC
Cette année nous vous ouvrons nos portes... Le samedi 24 mars de 10h à 15h afin de mieux vous recevoir ! Vous pourrez découvrir nos trois bacheliers et notre master, les projets de nos étudiants mais aussi nos bâtiments, nos studios, notre jardin et...

ISFSC.BE [En savoir plus](#)

79 15 commentaires 47 partages

Social Media Marketing

Métriques et outils de mesure



+



Google Analytics



Social Media Marketing

Les erreurs à éviter :

- 1) Publier des messages ennuyeux et répétitifs
- 2) Se disperser sur plusieurs réseaux
- 3) Ne pas être actif
- 4) Ne pas mesurer les conséquences de ses efforts



Facebook - audience

Une audience par produit / catégorie de produit :

- Données démographiques (âge, lieu, etc.)
- Centres d'intérêts
- Comportement en ligne (acheteur actif, likes, vues, etc.)
- Marques associées
- Mobile / bureau

Facebook - audience



Fichier client

Utilisez un fichier de clients pour comparer vos clients aux utilisateurs de Facebook et créer une audience avec les correspondances. Les données seront hachées avant leur importation.



Trafic du site web

Créez une liste de personnes qui ont visité votre site web ou effectué des actions spécifiques en utilisant le pixel Facebook.



Activité de l'app

Créez une liste de personnes qui ont lancé votre app ou votre jeu, ou ont effectué des actions spécifiques.



Activité hors ligne MIS À JOUR

Créez une liste des personnes qui ont interagi avec votre entreprise en magasin, par téléphone ou par le biais d'autres canaux hors ligne.



Interactions MIS À JOUR

Créez une liste de personnes qui ont interagi avec votre contenu sur Facebook ou Instagram.

Facebook - audience

Créer une audience similaire ×

Trouvez de nouvelles personnes sur Facebook similaires à vos audiences actuelles. En [savoir plus](#).

Source ⓘ
[Créer](#) ▼

Lieu ⓘ [Parcourir](#)

Taille de l'audience ⓘ 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 % de pays

La taille de l'audience englobe entre 1 et 10 % de la population totale des pays que vous avez choisis, avec 1 % qui correspond aux personnes les plus proches de votre source.

[Afficher les options avancées](#) ▼

[Annuler](#) [Créer une audience](#)

Facebook - publicité

 **ISFSC**
Sponsorisé · 

 J'aime la Page

Prêt pour le grand saut dans tes études supérieures ?
Nous t'attendons le 24 mars de 10h à 15h !
Viens découvrir nos trois bacheliers : Assistant social, Écriture multimédia et Communication, et notre master en Stratégie et analyse de la communication interactive et collaborative ... [Afficher la suite](#)



Portes ouvertes : 24 mars 2018 ! - ISFSC
Cette année nous vous ouvrons nos portes... Le samedi 24 mars de 10h à 15h afin de mieux vous recevoir ! Vous pourrez découvrir nos trois bacheliers et notre master, les projets de nos étudiants mais aussi nos bâtiments, nos studios, notre jardin et...
[En savoir plus](#)

ISFSC.BE

   79

15 commentaires · 47 partages

← Texte

← Image

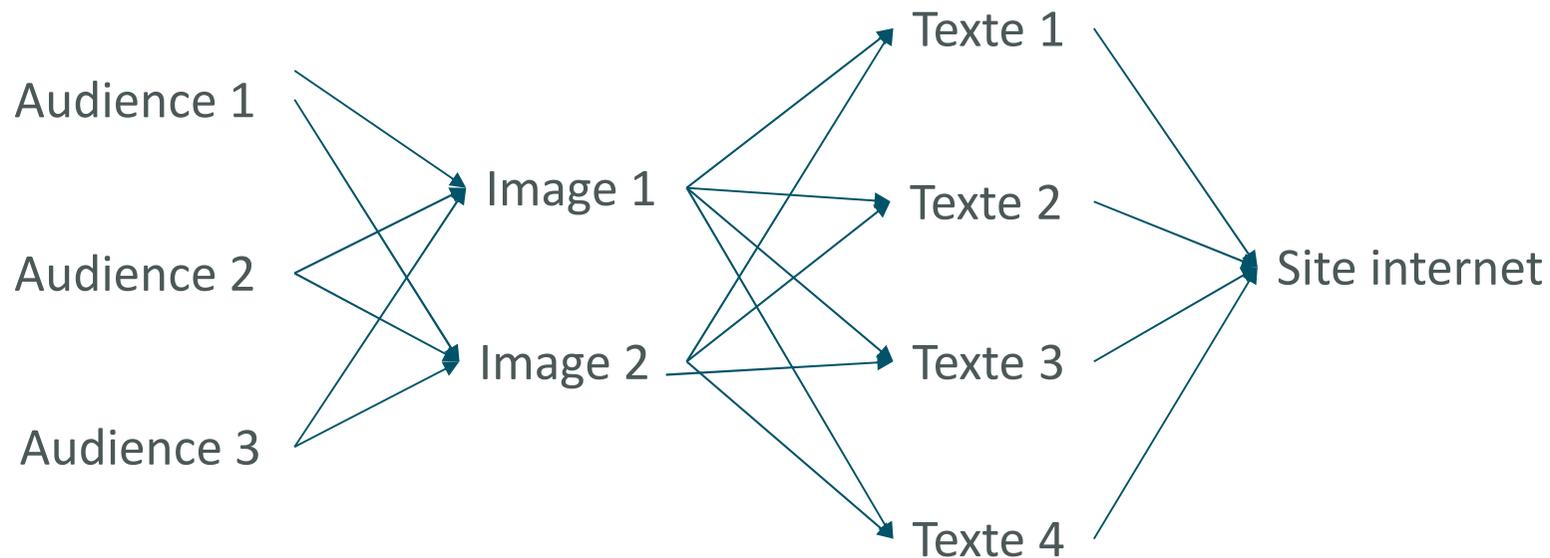
← Titre

← Description

← Objectif

Facebook – A/B Testing

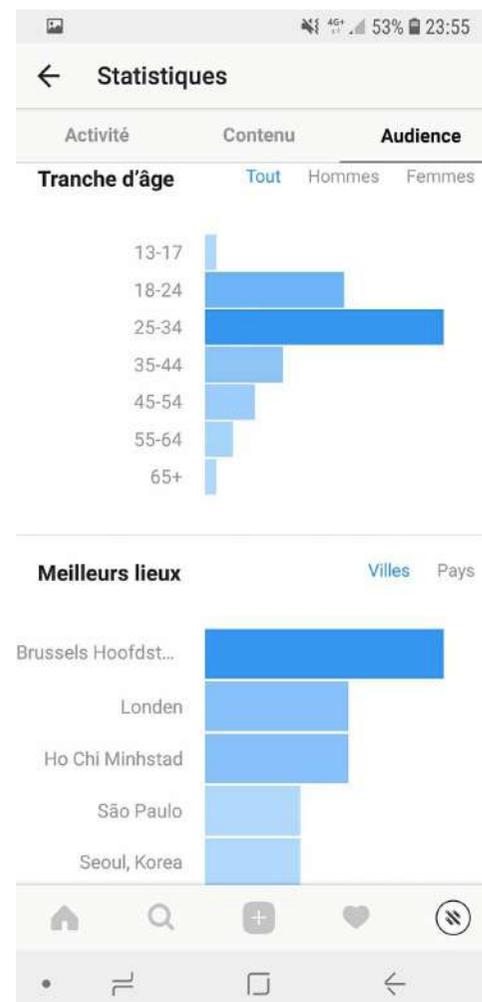
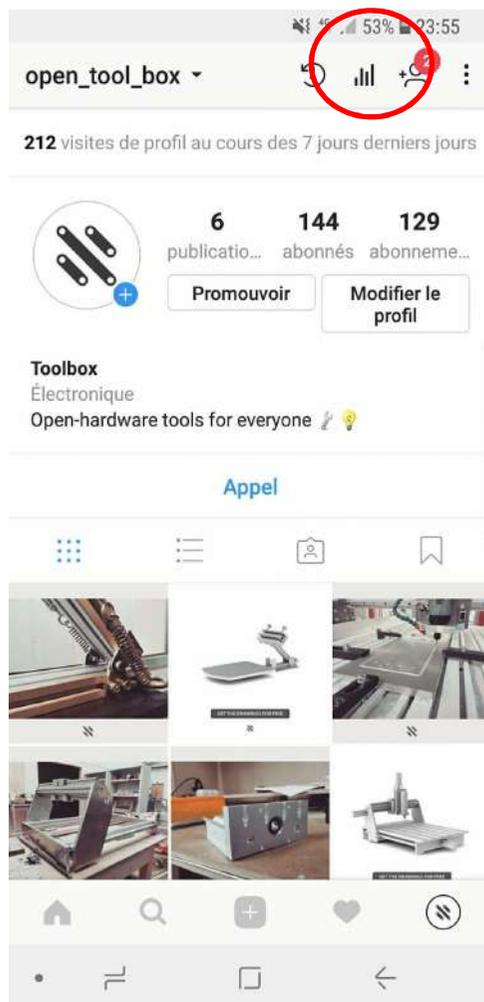
Quelle audience / message / objectif choisir ?



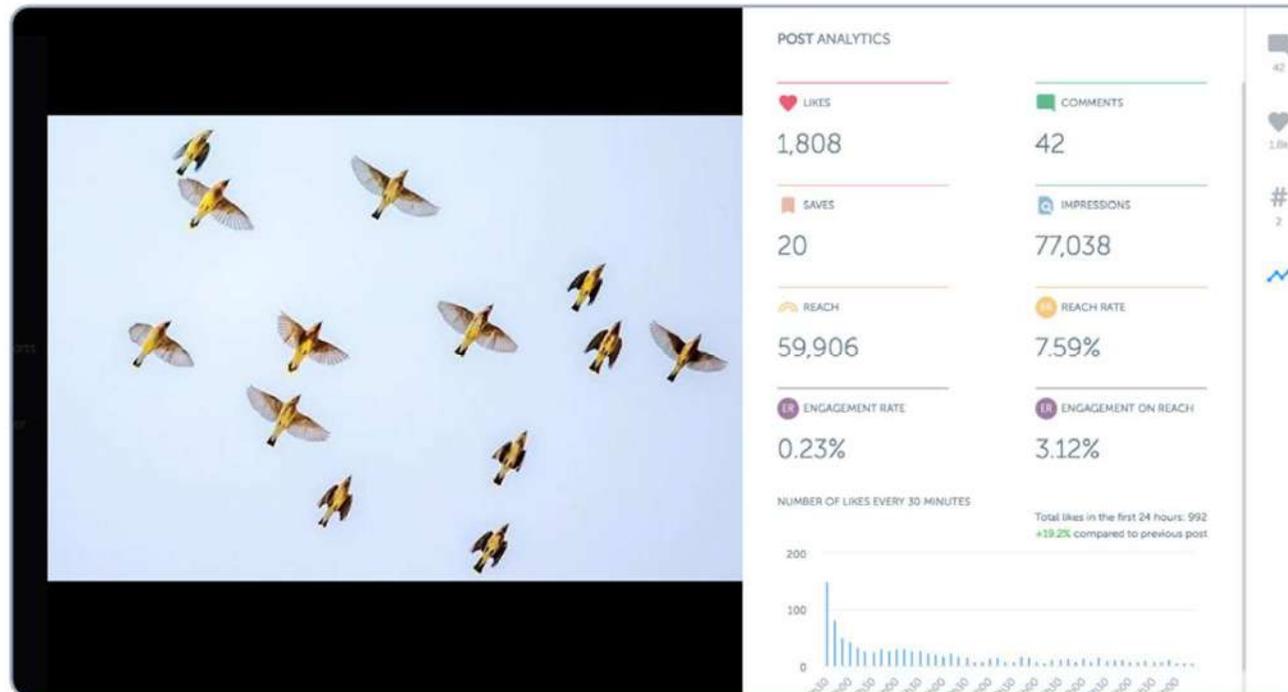
Facebook - analyse



Instagram - audience



Instagram - engagement



number of likes + comments + saves you receive on a post



total no. followers at the time of posting (x 100)

Instagram - conversions

Search reports and help

HOME

CUSTOMISATION

Reports

REAL-TIME

AUDIENCE

ACQUISITION

Overview

All Traffic

Channels

Treemaps

Source/Medium

Referrals

AdWords

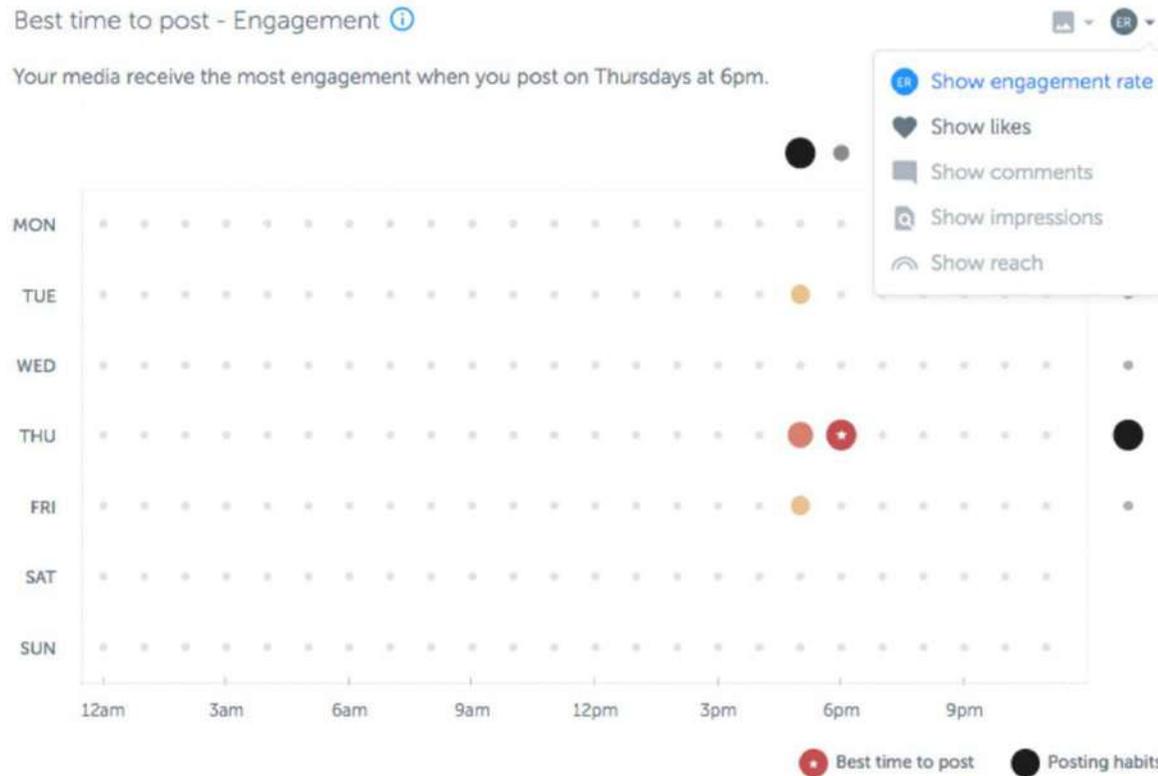
Plot Rows Secondary dimension Sort Type: Default

Social Network	Acquisition		
	Sessions	% New Sessions	New Users
	2,021 % of Total: 3.71% (54,498)	80.31% Avg for View: 79.04% (1.60%)	1,623 % of Total: 3.77% (43,076)
1. Facebook	728 (36.02%)	82.55%	601 (37.03%)
2. Instagram	540 (26.72%)	84.26%	455 (28.03%)
3. YouTube	255 (12.62%)	71.27%	182 (11.21%)
4. Twitter	245 (12.12%)	91.02%	223 (13.74%)
5. (not set)	103 (5.10%)	57.28%	59 (3.64%)
6. LinkedIn	103 (5.10%)	68.93%	71 (4.37%)
7. Pocket	17 (0.84%)	47.06%	8 (0.49%)
8. reddit	12 (0.59%)	91.67%	11 (0.68%)
9. Pinterest	5 (0.25%)	60.00%	3 (0.18%)

Instagram - analyse

Best time to post - Engagement ⓘ

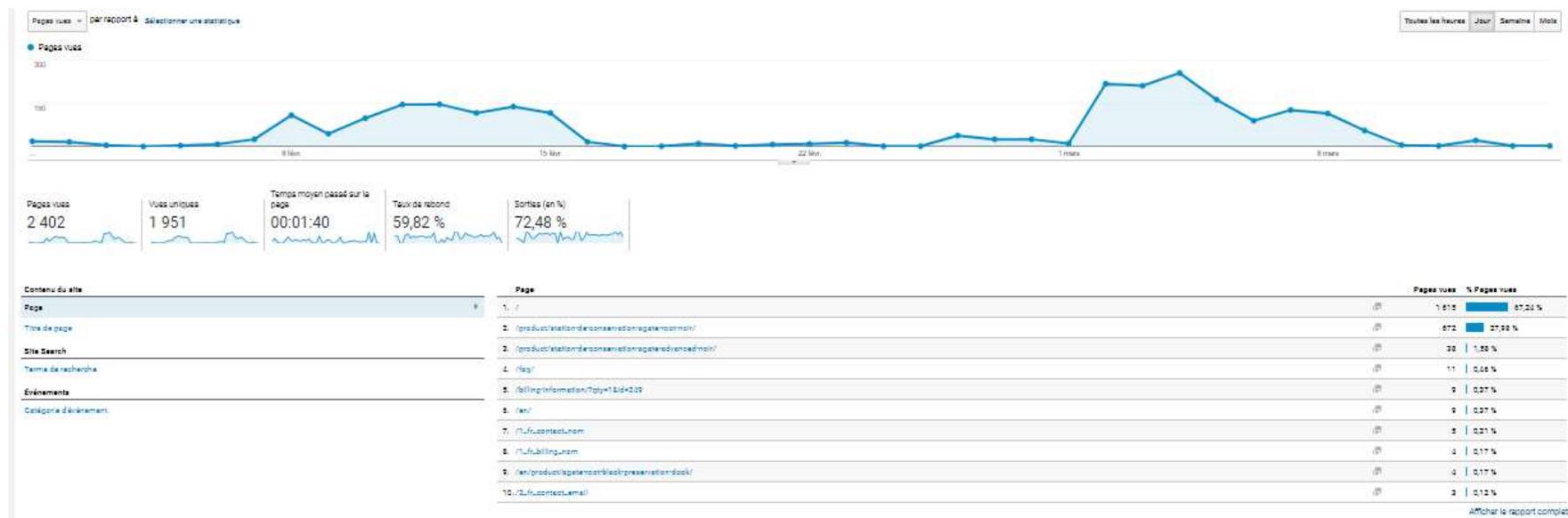
Your media receive the most engagement when you post on Thursdays at 6pm.



ICONOSQUARE

AdEspresso

Site web – Google Analytics

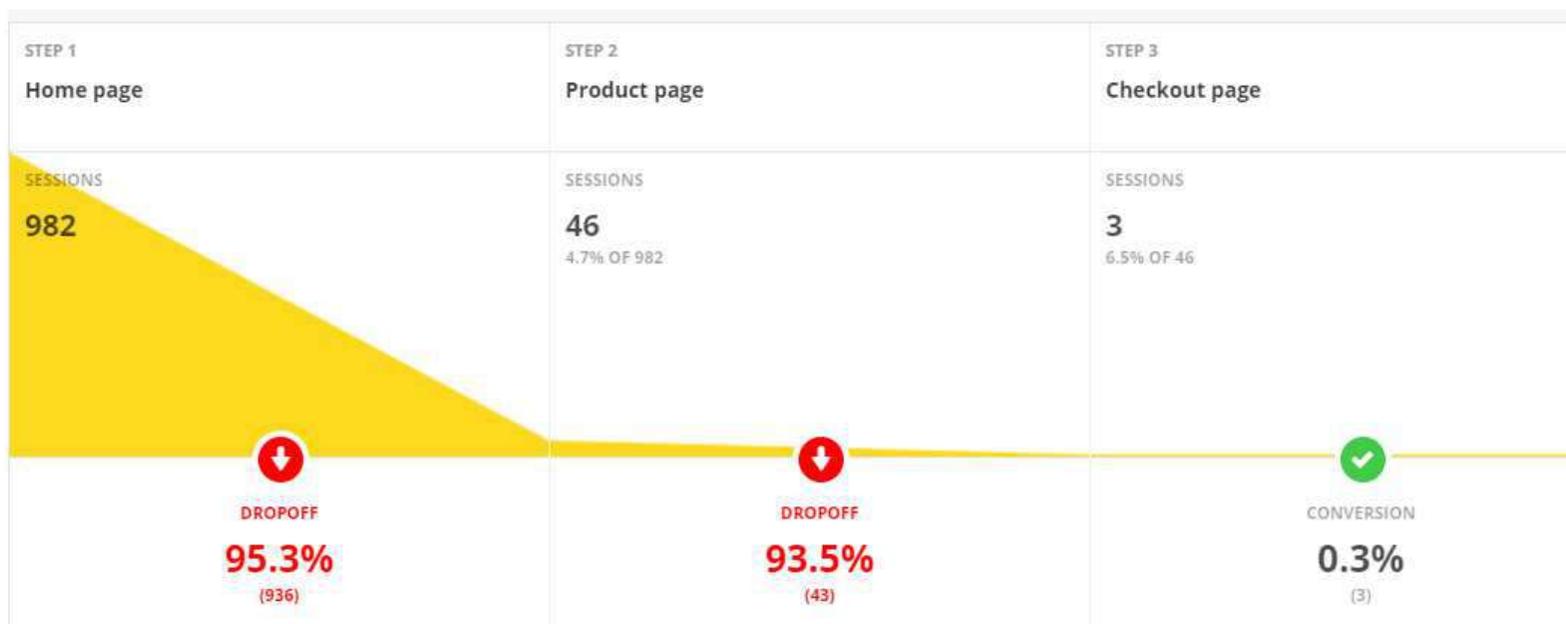


Utilisation de cookies pour enregistrer : les pages visitées, les actions effectuées, le temps passé, etc.

Site web - Hotjar



Objectif : guider l'utilisateur vers là où on a envie de l'amener
= le moins possible d'informations parasites
= le moins possibles d'autres portes de sorties du site que la conversion





Le contenu

Capacité d'attention d'un adulte occidental* :

→ 12 secondes en 2000

→ 8 secondes en 2013

- **Contenu dynamique** : video (70%), gif, interactivité ;
- **Contenu attirant** : couleurs, images, mouvement, alternance ;
- Prévenir de la **durée** : video, articles medium, certains médias ;
- Mise en avant du **message** ;

**Microsoft, durées d'attention, printemps 2015.*



Conclusion

Une bonne stratégie marketing...

- 1) Est basée sur des chiffres ;
- 2) Demande un travail d'analyse pour prendre des décisions ;
- 3) Nécessite d'être suivie en temps réel ;
- 4) Nécessite d'être analysée à posteriori ;