M04 / Web marketing

Attirer plus de clients grâce à l'omnicanal
Elie Liberman - Expert en marketing client et stratégies de fidélisation - MarketingCoach

Une stratégie omnicanal est une stratégie marketing dans laquelle l'entreprise s'organise autour de ses clients. Elle interagit avec tous les moyens et canaux que les clients utilisent dans des parcours. Le but à atteindre est de rendre l'expérience client la plus mémorable possible pour que les clients soient fidèles. Il ne faut surtout pas abandonner les moyens marketing classiques. Il faut juste penser omnicanal, c'est-à-dire augmenter la puissance des outils.

E-Business et marketing émotionnel
Patrice Laubignat - Consultant spécialisé en marketing émotionnel et en partenariat - LePartenariat

Le parcours émotionnel pour le client est le suivant : de la rencontre (arrivée sur le site), au test des produits et services (essayage virtuel), à l'idée d'aimer et d'acheter, jusqu'à un partage de son expérience (commentaires, liens). Les pistes pour faire rester les clients sur son site sont : la personnalisation de l'offre, un accompagnement dans la navigation, la séduction en faisant la meilleure offre et en procurant les meilleurs souvenirs.

L'omnicanal ou comment s'adapter aux clients 2.0
Elie Liberman - Expert en marketing client et stratégies de fidélisation - MarketingCoach

Le consommateur a beaucoup évolué dans sa manière de consommer et d'acheter. Les entreprises doivent s'adapter à cela d'où l'omnicanal. Le consommateur 2.0 est infovore. Il consomme beaucoup d'informations avant de passer à l'achat. Les entreprises doivent mettre les clients au centre de l'activité en changeant l'organisation et le processus d'interaction avec ceux-ci.

Trouver des clients par internet
Adrian Measures - Conseil en marketing - Neocamino

Les sources de contacts clients sont notamment Google et les réseaux sociaux. Google analyse les sites internet grâce à ses robots et place ensuite leurs pages sur les résultats de recherche dans la position qu'il estime raisonnable. Pour bien choisir ses mots clés, il faut s'assurer de leur pertinence, le volume de recherche et la concurrence sur ceux-ci.

Attirer naturellement les visiteurs sur son site web
Emilie Hemmer - Experte en web marketing - POPTRAFIC

Il y a à peu près 200 critères pris en compte par l'algorithme de Google pour faire le classement des résultats. Et il fait 500 modifications par an dans l'importance donnée à chaque critère. Les statistiques montrent que 58 % des internautes ne regardent que les trois premiers résultats. Le premier résultat capte 38% des clics. Le travail sur le site est composé du travail technique (site répondant aux critères

techniques de Google) et du travail rédactionnel (choix des bons mots clés précis et correspondant à l'activité de l'entreprise).

Générer du trafic de qualité sur votre site web marchand
Denis Fages - Ancien e-commerçant, consultant en web marketing et expert adwords - DenisFages.com

Les sources de trafic pour un site e-commerce sont : le référencement naturel, le référencement "payant" ou liens sponsorisés, les guides d'achats ou les comparateurs de prix, l'affiliation, le partenariat, les publicités, l'emailing, etc.

Acheter des mots clés sur internet
Emilie Hemmer - Experte en web marketing - POPTRAFIC

Pour fixer son budget d'achat de mots clés, il faut se baser sur le taux de retour qui doit être de 7 à 15 euros par euro investi. Lorsqu'on effectue plusieurs publicités sur plusieurs plateformes, il faut avoir son propre outil de tracking. Chaque campagne publicitaire nécessite un suivi particulier pour éviter toute perte d'argent. Il est préférable de la confier à des agences spécialisées.

Fidéliser les clients de votre site web marchand
Denis Fages - Ancien e-commerçant, consultant en web marketing et expert adwords - DenisFages.com

L'acquisition de trafic coûte cher. Il est donc primordial de fidéliser ses clients car ils sont les plus susceptibles de revenir et ils sont les seuls à dire du bien de l'entreprise. Les éléments qui brisent la confiance des clients sont : le mensonge, les promesses non tenues et l'absence de communication. La vente est finie, seulement lorsque le client a reçu son produit et est content. Le produit final est, en effet, la satisfaction du client.

Comprendre le parcours client à l'ère digitale
Frédéric Canevet - Consultant en Web marketing - CONSEILSMARKETING.COM

La recherche universelle faite par Google permet d'afficher en un clic les sites internet répondant aux mots clés recherchés, les images et les vidéos correspondants, les propositions d'achats et les avis clients. Pour se démarquer des concurrents sur les résultats de Google, l'entreprise doit beaucoup travailler sur le visuel, la priorisation des informations connexes tels que l'avis des clients, le présence sur les places de marché.

Transformer les visiteurs de votre site en clients
Denis Fages - Ancien e-commerçant, consultant en web marketing et expert adwords - DenisFages.com

Les critères améliorant le taux de transformation sont nombreux, complémentaires et ne peuvent être dissociés. 9.20 Il est impératif de proposer différents systèmes de livraison : express, économique et relais colis. Les différents modes de paiement doivent être acceptés par le site e-commerce : Paypal,

carte bleue traditionnelle, paiement mobile, virement, chèque, etc.

Les applications de la réalité augmentée en marketing/vente
Denis Fages - Ancien e-commerçant, consultant en web marketing et expert adwords - DenisFages.com

La réalité augmentée permet d'ajouter des éléments numériques sur de l'environnement réel. Concernant l'essayage en ligne, il est relativement simple de faire essayer à l'internaute des objets durs tels que les montres et les bijoux. Sur les objets mous tels que les textiles, cela est plus compliqué. En revanche, des cubes d'essayage en magasin sont actuellement déjà fonctionnels. Pour le service après-vente, la réalité augmentée peut être utilisée pour les manuels d'utilisation afin d'éviter un rappel du client.

Utiliser les visites virtuelles interactives pour vendre en ligne
Hervé Heully - Spécialiste de solutions innovantes avec Rich Media - New3s

Une visite virtuelle est une visite digitale qui est la capacité de capturer un environnement, de le dématérialiser, de le transposer sur un média et de mettre ce média entre les mains d'un périphérique. La visite virtuelle à valeur ajoutée est une visite virtuelle interactive à laquelle des fonctionnalités d'enrichissement sont ajoutées.

Le marketing mobile
Jean-Baptiste Gayet - Consultant en marketing mobile - GLGDEV

Le marketing mobile est la mise à disposition par l'entreprise des bonnes informations au bon moment pour les bonnes personnes. Le marketing mobile permet d'accélérer le processus de transformation d'une personne lambda en prospect et d'un prospect en client. Cela, en offrant la possibilité aux internautes d'interagir avec le message. Les outils du marketing mobile sont : le SMS, le Quick Response (QR) code et la Near Field Communication (NFC).

Le web marketing local
Vianney Lardeau - Directeur d'une agence de Web Marketing Local - PubEtic

Le web marketing est l'ensemble des techniques et outils utilisés pour la publicité décliné dans l'environnement internet. La particularité du web marketing local est que ces outils permettent de toucher une zone de chalandise délimitable à une région, un département, une ville ou même un quartier (hyper-local). Le web marketing a les qualités suivantes : réactivité, culture du ROI, dématérialisation, ciblage géographique.

Vendre sur Amazon
Jean-Pierre Villatte - Consultant e-commerce - Jean-Pierre-Villatte.com

Une place de marché est une mise en relation des acheteurs et des vendeurs sur un support en ligne. Il y a deux types de places de marché : la place de marché généraliste (Amazon, eBay, PriceMinister, etc.) et la place de marché spécialisée (Fnac, La Redoute, etc.). Amazon est le premier site e-

commerce le plus visité en France. Vendre sur Amazon permet de profiter de sa visibilité.

L'affiliation : conditions à remplir et mise en place
Tristan Seulliet - Expert en marketing digital - Atraki

Les plateformes d'affiliation prennent une commission d'environ 30% sur les commissions touchées par les affiliés. Certaines plateformes d'affiliation appliquent des frais de mise en place qui peuvent aller jusqu'à 2000 euros.

Découvrir le marketing prédictif
Yves-Marie Lemaître - Expert en Data Management - Data Elicitation

Le marketing prédictif est l'art de prédire les besoins futurs des clients ou des prospects. Le marketing prédictif consiste en la détection des signaux faibles qui annoncent les changements de demain et l'analyse des aberrations. Le marketing prédictif sur les sites marchands consiste en la prise en considération de toutes les actions de l'internaute : les produits visités, les achats effectués, les commentaires postés. Cela, pour proposer les produits qui l'intéresseraient ultérieurement.

Accédez à la vidéo L'essentiel du Web marketing // 13:36