



MODICA

LEXIQUE DU MARKETING DIGITAL



Vous débutez dans
le marketing digital ?
On a pensé à vous !



CONTACT@MODICA-COMMUNICATION.COM

WWW.MODICA-COMMUNICATION.COM

L'ABÉCÉDAIRE DU MARKETING DIGITAL

A/B Testing : L'essai A/B est une méthode de test qui consiste à comparer deux versions d'une page web ou d'une annonce publicitaire pour déterminer laquelle est la plus efficace. Cette méthode est souvent utilisée pour optimiser les taux de conversion sur les sites web et les campagnes publicitaires.

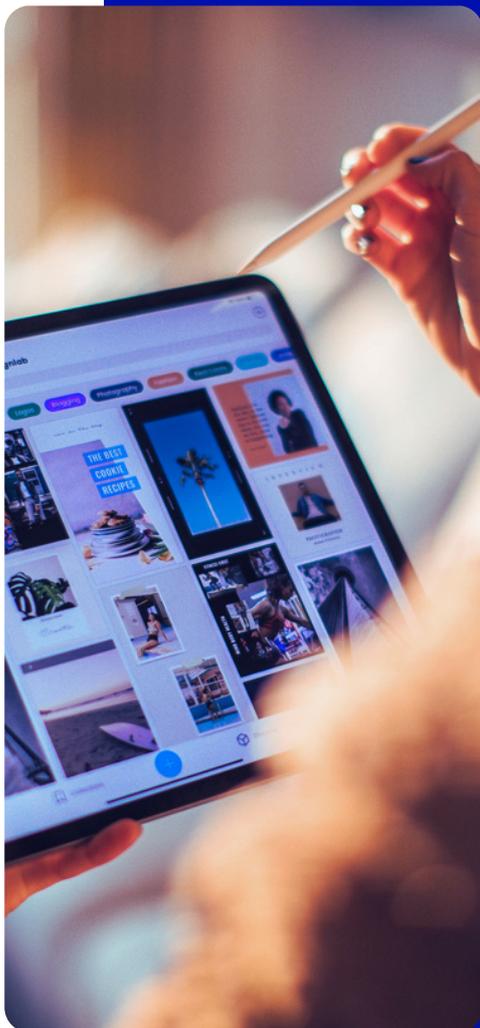
Affiliation : Le marketing d'affiliation est une forme de marketing dans laquelle une entreprise paye une commission à un affilié pour chaque vente ou conversion générée à partir de leur site web ou de leur plateforme de marketing. Les affiliés peuvent promouvoir les produits d'une entreprise en utilisant des liens de tracking et en bénéficiant d'une commission pour chaque vente générée.

CPM (Coût par Mille) : Le coût par mille est un terme utilisé pour mesurer le coût d'une campagne publicitaire en ligne. CPM signifie le coût pour afficher votre annonce à 1 000 personnes.



CTR (Click-Through Rate) : Le taux de clics est le pourcentage de personnes qui cliquent sur un lien par rapport au nombre total de personnes qui ont vu ce lien. C'est un indicateur important de l'efficacité d'une campagne publicitaire ou d'une stratégie de marketing de contenu.

Content Marketing : Le marketing de contenu est la pratique de créer et de partager du contenu en ligne pour attirer et fidéliser les clients potentiels. Cela peut inclure des blogues, des vidéos, des infographies et d'autres formes de contenu en ligne. Le but est de fournir une valeur ajoutée pour les clients potentiels et de les inciter à convertir en clients payants.



Conversion : La conversion est l'action que vous voulez que les visiteurs de votre site accomplissent, telle que l'achat d'un produit, l'inscription à une newsletter ou le téléchargement d'un livre électronique. Les taux de conversion mesurent le nombre de personnes qui accomplissent cette action par rapport au nombre total de visiteurs sur votre site.

Email Marketing : Le marketing par courriel est la pratique d'envoyer des courriels publicitaires à une liste de destinataires pour promouvoir des produits ou services. Cela peut inclure des newsletters, des annonces de vente ou des campagnes de fidélisation.

Landing Page : Une landing page est une page web conçue pour convertir les visiteurs en prospects ou en clients. C'est généralement une page cible à partir d'une annonce publicitaire ou d'un lien sur un autre site. Les landing pages sont souvent optimisées pour la conversion en utilisant des appels à l'action, des formulaires de conversion et du contenu pertinent.



Marketing d'influence : Le marketing d'influence est une forme de marketing dans laquelle une entreprise collabore avec un influenceur en ligne pour promouvoir ses produits ou services auprès de leur audience. Les influenceurs peuvent être des blogueurs, des personnalités de médias sociaux ou des célébrités, et peuvent aider à augmenter la visibilité et la crédibilité d'une entreprise auprès de leur public cible.

Pay-per-Click (PPC) : Le coût par clic (PPC) est un modèle publicitaire dans lequel les annonceurs paient un coût pour chaque clic sur leur annonce en ligne. Cela peut inclure des annonces sur les moteurs de recherche, les réseaux sociaux et les sites web tiers.

Retargeting : Le retargeting est une stratégie de publicité qui vise les personnes qui ont déjà visité votre site ou qui ont interagi avec votre entreprise d'une autre manière. Les annonces de retargeting sont diffusées sur les réseaux publicitaires en ligne pour inciter les utilisateurs à convertir.

SEO (Search Engine Optimization) : L'optimisation pour les moteurs de recherche est la pratique d'optimiser un site web pour améliorer sa visibilité et son classement sur les résultats de recherche organiques. Cela comprend la recherche de mots-clés pertinents, la production de contenu de qualité, la création de liens entrants de qualité et la mise en place d'une structure de site solide et optimisée.

SEM (Search Engine Marketing) : C'est une stratégie qui fait appel à la publicité payante. Le SEM implique la création d'annonces payantes qui apparaissent en haut des résultats de recherche pour des mots clés pertinents. Les annonces sont généralement payées au coût par clic (CPC), ce qui signifie que l'annonceur ne paie que lorsqu'un utilisateur clique sur l'annonce. Le SEM est souvent utilisé en conjonction avec le référencement naturel (SEO) pour obtenir les meilleurs résultats.



Social Media Marketing : Le marketing sur les réseaux sociaux est la pratique de promouvoir votre entreprise, votre produit ou votre service sur les plateformes sociales telles que Facebook, Instagram ou Twitter. Cela comprend la rédaction de contenus, la planification, la veille, la modération des contenus, l'analyse des performances et la gestion de campagnes payantes.

User Experience (UX) : L'expérience utilisateur (UX) fait référence à la manière dont les utilisateurs interagissent et ressentent l'interface d'un site web ou d'une application. Cela comprend la facilité d'utilisation, la convivialité et la satisfaction globale de l'utilisateur.

