

MODULE

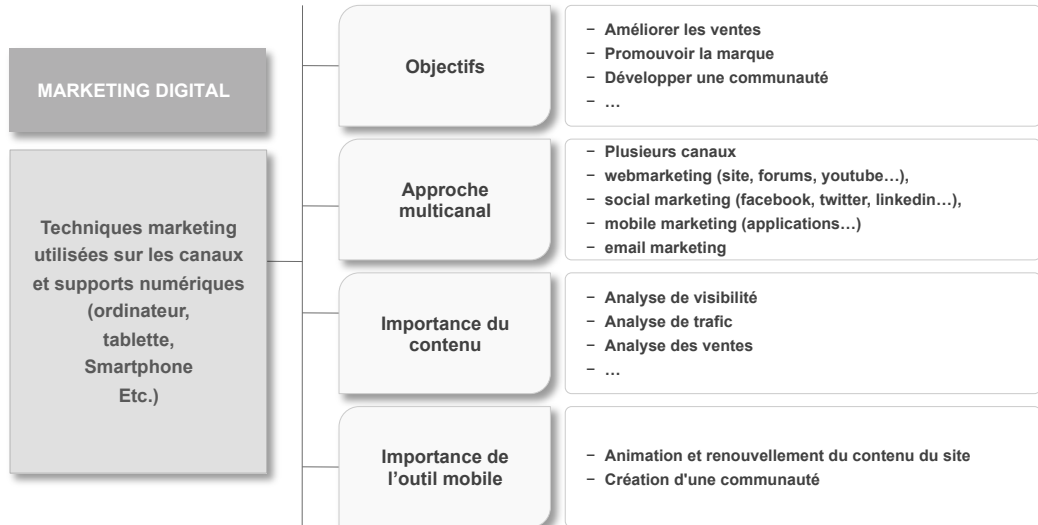
> MARKETING

THÈME 24

> LE MARKETING DIGITAL



1. **Qu'est-ce que le marketing digital ?**
2. **Démarche stratégique**
3. **Outils spécifiques au marketing digital**
4. **Point à retenir...**



Attirer les clients

- > Mode d'action spécifique au marketing digital
- > Consiste à attirer du trafic sur une plateforme digitale donnée
- > 2 stratégies possibles : acquisition (coût corrélé au trafic), ou génération (le trafic n'est pas forcément l'objectif)
- > Accent mis sur l'activation d'autres leviers (branding notoriété...)

Convertir les clients

- > Nécessite la mise en place d'un tunnel de conversion efficace
- > La démarche et le nombre d'étapes menant à l'achat doivent être les plus réduits possibles pour ne pas décourager le consommateur

Fidéliser les clients

- > Fidélisation basée sur le principe de maximisation de la valeur procurée au client par l'usage de la plateforme
- > Etape importante, même si elle délaissée au profit de l'objectif de génération de trafic

QR codes

- > Les QR (Quick Response) ou Flash code sont des codes-barres en deux dimensions
- > Les Smartphones équipés de caméra et de logiciels dédiés permettent de flasher ces codes 2D qui déclenchent plusieurs types d'action possibles : ouverture d'un site Web, envoi d'un SMS, obtention d'un code promotionnel...

M-couponing

- > Coupon de réduction envoyé sur les téléphones portables des clients (consentement préalable à obtenir)
- > Cibler les besoins pour augmenter le taux de retour

Gamification

- > Utiliser des jeux dans un service ou une offre pour faciliter par exemple la fidélisation

SoLoMo

- > Convergence entre réseaux sociaux, géo-localisation et nouveaux usages du mobile.
- > En étant à proximité d'un point de vente, les utilisateurs de Smartphones peuvent bénéficier de réductions personnalisées ou participer à des jeux concours

SMS Marketing

- > Envoi en masse de SMS (invitations, offres, alertes, confirmation de RDV ou de rappel...) à moindre coût
- > Consultation quasiment en temps réel
- > Interaction (possibilité d'insérer un lien Internet, un numéro de téléphone)
- > suivi statistique (accusés de réception et à la gestion des désabonnements)

Notification Push

- > Fonctionnalité utile aux applications prévenant de l'arrivée de nouveautés
- > Envoi d'un message texte directement à tous les utilisateurs de l'application

Géo-localisation

- > Procédé technique permettant de localiser géographiquement les destinataires d'un message marketing (notamment sur un téléphone portable)
- > Offre et communication de l'annonceur adaptables selon la localisation du client

Near Field Communication

- > Technologie de communication de proximité permettant l'échange de données entre un smartphone et un lecteur ou entre 2 smartphones
- > Génération de revenu pour fidéliser la clientèle

Qu'est-ce que le marketing digital?

- > Techniques marketing utilisées sur les canaux et supports numériques (ordinateur, tablette, smartphone ...)
- > Spécificités : Importance du contenu, approche multicanal, intérêt croissant du mobile

La démarche stratégique

- > Attirer du trafic
- > Convertir en achat à travers un tunnel de conversion efficace
- > Fidéliser par le biais de la création de valeur

Les outils spécifiques au marketing digital

- > SMS Marketing
- > Notification Push
- > Géolocalisation
- > Réalité augmentée
- > QR codes
- > M-coupons
- > Gamification
- > NFC
- > SoLoMo