



Faut-il miser sur le marketing digital pour sa croissance économique ?

Internet, les réseaux sociaux, un site web ou encore Youtube représentent aujourd'hui les leviers incontournables. Ils rendent votre entreprise, vos produits et vos services visibles et permettent d'en faire la promotion.

Le web offre de nouvelles opportunités pour **trouver de nouveaux clients**. Comment atteindre plus directement ces millions de prospects en ligne ?

Le **marketing digital** se présente comme une actuelle solution incontournable. Il permet d'envisager d'autres leviers de croissance économique pour votre entreprise et développer des opportunités de marché.

Qu'est-ce que le marketing digital ?

Le marketing digital représente l'ensemble des techniques ayant un objectif final de vente via différents canaux digitaux.

Ce type de marketing implique de penser et mettre en place une **stratégie digitale** reposant sur 3 grands points :

- Ciblage : connaître votre cible de clientèle et ses besoins.
- Segmentation : proposer des offres spécifiques en fonction de certains critères (âge, situation financière, familiale ...).
- Fidélisation : s'adapter continuellement aux attentes de vos clients.

Chaque produit/service répond à une stratégie spécifique. Il s'agit de répondre aux besoins d'une personne qui cherche, marque un certain intérêt et adhère à une volonté d'achat du produit/service.

Le but final étant de faire connaître et donner de la visibilité à votre entreprise, ses services et ses produits.

L'utilisation de différents supports comme la **création d'un site internet**, de **réseaux sociaux**, **emailing** sont autant de leviers pour trouver, acquérir et fidéliser une vos prospects.

Les différentes méthodes de marketing digital

Le marketing numérique se divise en plusieurs secteurs spécifiques.

Le référencement naturel et/ou payant

Ces 2 notions s'utilisent selon 2 objectifs précis :

> Le **SEO** (Search Engine Optimization) ou référencement naturel est une stratégie sur le long terme qui vise à positionner votre **site web** sur les moteurs de recherche, comme Google.

> Le **SEA** (Search Engine Advertising) ou **référencement payant** qui est une technique à court terme. Elle consiste à acheter des placements publicitaires par le biais d'un logiciel, de type Google Adwords.

La stratégie sur les réseaux sociaux

Le **SMO** (Social Media Optimization) arrive en complément du SEO et SEA en apportant une visibilité complémentaire et attirer plus de trafic sur votre site web.

L'objectif principal est de développer une communauté autour des produits, de la marque. Les réseaux sociaux permettent aussi de renforcer la confiance en votre entreprise et votre crédibilité professionnelle.

Le marketing digital est avant tout une réflexion sur :

- le message que vous souhaitez véhiculer
- la valeur ajoutée à apportée par votre produit / service
- la sélection des canaux de communication les plus pertinents.

L'inbound marketing

Il s'agit ici d'éviter le commercial intrusif (démarchage téléphonique, emailing) en faisant venir naturellement le client à vous. La stratégie va donc reposer sur la mise en ligne de **contenus de qualité** qui va capter l'attention des prospects.

Ce processus permet également au client de vous contacter en toute confiance puisqu'au préalable il aura navigué sur votre site web ou parcouru votre page / compte sur les réseaux sociaux.

L'emailing

Les **campagnes d'emailing** en B2B constituent une stratégie rentable et vous assure un bon ROI (Retour sur Investissement) ainsi que de meilleures conversions.

Au niveau du B2C, elles peuvent se révéler efficaces en fonction du secteur d'activité et de son contenu.

De nombreux outils existent aujourd'hui pour créer, programmer, envoyer et suivre la réussite de

vos campagne d'email.

Le Growth Hacking

Phénomène récent, datant des années 2010, il s'agit de trouver des **processus marketing** innovants pour accroître très rapidement la croissance économique de votre entreprise.

Le but est également de limiter les dépenses et investissements.

Quelle est l'importance du marketing online ?

Si le marketing digital demande un temps de réflexion accru au départ, il permet par la suite un gain de temps et ouvre vers une plus forte croissance économique.

De nos jours, posséder un site internet se révèle primordial. Mais ce n'est pas le seul outil sur lequel s'appuyer car il ne suffit plus. Les réseaux sociaux constituent un complément indispensable à votre stratégie digitale, comme l'inbound marketing, la publicité en ligne ou la prospection emailing.

Pourquoi mise sur le marketing digital ?

Le marketing digital présente de multiples avantages pour tout type de structure :

- Toucher un **public plus large**.
- **Améliorer l'image de marque** de votre entreprise.
- **Interagir directement** avec votre client (services de messagerie instantanée, commentaires sur les réseaux sociaux ou sur vos articles de blog).
- **Adapter constamment les produits / services de votre entreprise** pour être conformes aux besoins évolutifs des clients.
- Proposer un **service personnalisé**.
- **Fidéliser** vos clients et établir une relation professionnelle durable et de qualité.
- **Réaliser des économies** : un site web est moins onéreux que l'installation d'une boutique physique.
- Un suivi analytique très précis grâce aux **KPI**.
- **Internationaliser** votre entreprise.
- Se différencier avec une **stratégie sur-mesure**.

Le digital permet également aux prospects et clients de vous contacter à tout moment, de jour comme de nuit, en semaine comme le week-end.

Pour le fonctionnement de l'entreprise en elle-même, les outils digitaux existants rendent l'accès plus facile au **télétravail**.

Comment mettre en place le webmarketing au sein d'une entreprise ?

Si vous souhaitez instaurer une **stratégie webmarketing**, il est recommandé de prévoir un budget spécifique mensuel ou annuel.

L'avènement du marketing digital a généré la création de nouveaux métiers et spécialisation pour les salariés. Ainsi, on retrouve aujourd'hui des développeurs web, des community manager, rédacteurs web, référenceurs web, data analyst, etc.

Pour le développement de votre marketing digital, il peut être judicieux de prévoir la création d'un ou plusieurs postes dédiés ou former du personnel aux nouveautés technologiques. Vous pouvez aussi choisir de sous-traiter certains aspects ou toute votre stratégie à des professionnels du secteur, comme les freelances ou les agences de communication.

En conclusion, si vous n'êtes pas encore présent sur le web, vos concurrents le sont certainement déjà !