

La promotion de votre entreprise peut se révéler déroutante si vous ne comprenez pas le jargon du marketing en ligne. Voici donc un petit guide destiné à vous expliquer certains termes couramment utilisés dans ce domaine.

Blog – Type de site Web ou de journal en ligne vous permettant de publier/lire des articles que les visiteurs peuvent commenter.

Annonces graphiques et bannières – Annonces diffusées sur des sites Web. Les annonces graphiques peuvent être statiques ou animées et inclure des images, des vidéos, du texte et des éléments interactifs.

Marketing par e-mail – Technique marketing consistant à envoyer des e-mails promotionnels sur des produits ou des services pour se faire connaître auprès de clients potentiels et fidéliser les clients existants.

Marketing local ou de proximité – Initiatives marketing destinées à promouvoir votre entreprise auprès de clients potentiels dans votre région, département ou ville (publicité locale).

Résultats de recherche naturels – Listes qui s'affichent gratuitement sur les pages de résultats des moteurs de recherche en fonction des termes recherchés.

Païement par clic (PPC) – Modèle de paiement en ligne selon lequel vous ne payez que lorsqu'un internaute clique sur votre annonce.

Retour sur investissement (ROI) – Méthode permettant de mesurer les performances d'un investissement (autrement dit, son efficacité). Pour calculer le ROI d'un investissement marketing, il suffit de diviser vos bénéfices (retour) par son coût.

Liens sponsorisés – Utilisation d'annonces en ligne sur les pages de résultats des moteurs de recherche afin d'aider les visiteurs à trouver votre site. Les liens sponsorisés fonctionnent souvent au paiement par clic (PPC), un modèle d'enchères selon lequel les annonceurs ne payent que lorsqu'un internaute clique sur leur annonce (on parle également de "coût par clic" ou "CPC").

Optimisation du référencement (SEO, Search Engine Optimization) – Méthode destinée à améliorer la position d'un site Web sur les pages de résultats naturels des moteurs de recherche.

Page de résultats d'un moteur de recherche – Liste de sites Web affichée par un moteur de recherche (par exemple, Google) lorsqu'un internaute lance une recherche sur un mot ou une expression.

Médias sociaux – Sites Web, blogs, forums, communautés en ligne, réseaux sociaux et sites de partage d'images et de vidéos incitant les internautes à interagir, partager et collaborer.

Marketing dans les médias sociaux – Publicité et promotion de votre activité, de vos produits et de vos services via les médias sociaux et leurs sites.