**10 mars 2014 Web marketing - C1**

1. **PRESENCE SUR LE NET**

Sur un site internet doivent paraître :

* Mention légales obligatoires
* Directeur de publication
* Raison sociale de l’entreprise+ adresses
* Domiciliation de l’entreprise
* N° SIRET RCS
* Montant capital/statut de l’entreprise
* N° TVA intraco/ code APE

Stockage des informations collectées des clients > CNIL n° de déclarant (**un fichier client doit être déclaré**)

Si exportation ou usage commercial = autorisation

Condition d’utilisation : condition générale de vente obligatoire

Modération perpétuelle pour les messages illégaux

Nom du domaine : <http://www/___.fr>

Protocole (http)/ sous domaine (www) = page d’accueil/ extension (.fr) qui définit ce que fait le site (.org : association, fondation/ .bizz : buisness)

Conseil prendre toutes les extensions : .be, .cg, .org, .net, .eu, .com, .fr, .info, .biz, .xxx

A l’INPI dépôt de marque pas les noms de domaine (sauf .fr, si la marque est déposée)

On peut changer de sous domaine : blog.toto.fr, boutique.toto.fr)

Location annuelle (jusqu’à 10 ans) (société qui a reçu l’agrément du consortium internet)

6 à 8 €HT/an

OVH/Gandi + marchand de domaines

**Serveur DATA CENTER :**

1. mutualisé (env. 25 €/an) 70 € chez OVH
2. Dédié : 83€ /mois

Pour récupérer sa messagerie : *thunderbird*/logiciel *Opensource*

Création d’un site :

1. Générateur > pas la possibilité d’avoir le contenu
2. CMS : Content Manager Syst > Open Source : à personnaliser avec un prestataire (souvent faille de sécurité)
	1. *Joomla/worpress/druppal/spip/presta shop & magenta* (boutique complète) *virtualmart/opencent*)

Vitrine :

* + - 1. Basique (1300 € (heb/nom de domaine récurrent)
			2. Sur mesure : 2600 €

De commerce :

1. Basique : 3000 €
2. Sur mesure : 6000€
3. Développement complet : à partie de 4000 € pour les sites vitrines 30 000 € pour les sites de commerce

**ATTENTION : un budget de site trop bas : cela nuit au plan d’affaire auprès des professionnels**

Interlocuteurs : Informaticien : BTS (expo. De 3 ans dans une société de service, demander un devis en développement complet (env. 300 €) s’il se défile …

* Kit banque : terminal de paiement électronique (% sur les transactions)
* Enquête : n° siret/site internet/hébergement + abonnement

**Il est important de budgéter son site**

Briefe > cahier des charges (3 jours) (site /maintenance)

Paypal : 3.10 %

**17 mars 2014 Web marketing – C2**

**LOGO MENU**

1. **STATISTIQUES**
* *Appygeek*

Google Analytics:

* avantages : positionnement/gratuité/simplicité
* désavantages : les données ne nous appartiennent pas

Alternative : PIWIK sens de lecture (connaître les produits phares)

 + Positionnement que référencement

60 % ne franchissent pas la page d’accueil

**Ligne d’horizon**

40 % des 40% restant ne vont pas au-delà de la deuxième

La ligne d’horizon marque une ligne imaginaire en dessous de laquelle beaucoup d’internautes ne vont pas

BOTS : robots qui référencent

CRAWLERS (rampeurs)

Attention : les techniques de référencements varient tous les 3 mois/ aucune position n’est garantie ni éternelle

Qu’est ce qui aide au référencement :

* Fréquentations
* Hyperliens

**Annonce commerciale**

* L’accessibilité
* Temps d’affichage

**Naturel**

1

2

3

4

* Animation
* Temps

Ce que Google n’aime pas : flash (auj. c’est plutôt java/CSS)

Annonce commerciale : ADWORDS

Budget d’affectation d’une campagne publicitaire (ponctuelle ou durable)

* Site vitrine env. : 150 €/mois
* Commerce : 700 €/mois

Création de compte (ne pas versé tout le budget !)

Outil de diag/audit des mots clefs et de leurs efficacités GOOGLE TRENDS (tendances)

Créer une liste de mot clés

ADSENS : pub sur site partenaire (publicité qui rapportent de l’argent)

Conseillers qui aident à la prise en main ! (premier appel gratuit)

Evaluer le ROI de la campagne de pub

***Combine :***

* EBay/Priceminister/amazone/rue du commerce …. Plateforme de ventes avec commissions
* Cela peut permettre de drainer du trafic.
* Site de vidéo : YouTube, Dailymotion (mise en scène) création d’une chaîne
* Annonce sur le bon coin pour capter le client et générer du trafic

GOOGLE MAPS : service de cartographie : adresse du lieu, si on est le propriétaire des lieux (code réceptionné par courrier)

Procédure longue : 40 jours

 (Google earth, service GPS, …)

Intégré dans le site : boost le positionnement.

Plan Apple/Mappy/Via Michelin

1. **LES RESEAUX SOCIAUX**
* 50% des PME sur les réseaux sociaux gagnent des clients avec les RS
* 1.5 et 2 millions dans les 12 derniers mois
* 25 M Facebook, + 1 Milliard dans le monde/ 200 Millions de connexions /jours
* 210 millions pour Twitter/2.4 en France

Instagram, viméo, devianart, ….

*Nombre de contacts moyens : 130*

***Temps moyen sur les réseaux sociaux pour que ce soit efficace : 2h par semaine et par réseau social***

Développer la notoriété de sa marque, personnaliser le service client. Communication directe

Annoncer et relier des évènements. Amélioration de l’offre commerciale.

Développer les ventes

Mobiliser une communauté autour du projet

Définir la cible : particulier ou professionnel

Social Media Optimisation = stratégie à mettre en place

Avec l’analyse du ROI

Réseaux professionnels : Viadeo(Fr)/LinkedIn(US)/ Xing (all/eu)

Viadeo : Chefs d’entreprises/personnes en recherches/ en poste

Profil de personnes physiques

En tant que chef d’entreprise il ne s’agit pas de faire un CV

Mais se concentrer sur l’essentiel : susciter l’envie, être attractif

On peut vérifier qui a consulté le profil

Dans la recherche de potentiels

Création de groupes : autour de thème et de projets

Point négatifs :

* Pas mal de veille en vue de capter les idées

**FACEBOOK**

Profil physique qui peut administrer l’ensemble de ses pages.

Pour les pages professionnelles :

*Liker* sa propre page pour se nommer administrateur

Système de statistique de consultation à partir de 30 « amis »

Mécanisme de promotion payant

Supprimer tout ce qui est perso

Rendre privé la liste de mes amis

Beaucoup de malveillance sur Facebook :

Mot de passe : 12 caractères/maj. et min/chiffres et symbole.

Recherche par dictionnaire

Mot de passe pour session pc : unique

* Pour compte en banque
* Dédier un mot de passe pour les sites de commerces
* Sur les sites poubelles : mot de passe poubelle
* Mot de passe unique pour les réseaux sociaux (très convoités)
* Mail : mot de passe unique
* appli

Dans un fichier txt crypté : **truecrypt**

**Google Alerte :**

1 : contacter le proprio

2 : recours juridique

3 : Corporama

Entreprise spécialisée : Protection de réputation sur internet

**TWITTER :** 140 caractères

**Hashtags :** mot clé #

**Google+** = RSE de Google

**SPROUT SOCIAL :** mesure réputation sur twitter

**SCOOP IT :** équivalent Google alerte pour les RS

* **SCRIBD**
* **Dropbox**
* **Yousendit**
* **Mega**

**Opengraph :** profil partagé dans tous les réseaux

Réseaux sociaux géo localisés ; ex : Foursquare (concentration des personnes, prédiction des parcours (taxi…))

**Chatter :** réseau social en interne

70 % non visible : **Darknet** site non référencé, atteignable par des adresses de nœuds…

Tableaux de bord : **Seesmic**, **Hootsuite**, **TweetDeck** (post simultané)

Promotion de produits et services : **Groupon** (coupons…)

Avoir une véritable stratégie publicitaire.

Bien lire les conditions

**Social Gaming :** Jeu vidéo utilisé au sein de l’activité sans rapport.

Publicité déclenchant un achat. (Plateforme de jeu Haribo)

**Second Life** : depuis les années 2000, réelle plateforme de commerce (monde virtuel 3D)

(Terrain, bureau, discothèque avec même une boutique)

Monnaie virtuelle avec un cours/place de marché (site racheté par second life)

*Dassault, Dell, Nasa, Armée américaine (entrainement au combat), parti politique…*

***Réalisation d’un questionnaire :*** *Google documents = compte Gmail*

*La question peut être supprimée, déplacée, éditée, clonée*

*Diffusion par mail (par ses propres moyens)*

*Ou par une appli*

*Liste de prospects (CCI, Insee…)*

*Résultats en résumés ou détaillés*

*Télécharger sous forme de calcul*

*Survey monkey, Sphinx (payants)*