

FICHE DE COURS Séance 6

Les principaux canaux de communication digitale

Introduction :

La communication digitale regroupe l'ensemble des actions de communication réalisées via les technologies numériques pour promouvoir une marque, un produit ou un service.

Elle utilise des supports comme :

- réseaux sociaux
- sites web
- publicité en ligne
- email marketing
- référencement sur les moteurs de recherche

Objectifs principaux :

- augmenter la notoriété
 - attirer des visiteurs
 - générer des ventes
 - fidéliser les clients
-

Les principaux canaux de communication digitale

1. Social Media Marketing

Communication via les réseaux sociaux.

Exemples :

- Instagram
- LinkedIn
- TikTok

Objectifs :

- engagement
 - visibilité
 - création de communauté
-

2. **SEO (Search Engine Optimization)**

Le SEO consiste à optimiser un site web pour apparaître dans les résultats naturels des moteurs de recherche.

Exemple :

- Google Search

Objectif :

- attirer du trafic gratuit.
-

3. **SEA (Search Engine Advertising)**

Publicité payante sur les moteurs de recherche.

Exemple :

- Google Ads

Objectif :

- générer rapidement du trafic qualifié.
-

4. **Email Marketing**

Communication directe avec les clients via email.

Exemples :

- newsletters
- promotions
- campagnes de fidélisation

Outils :

- Mailchimp
 - HubSpot
-

5. **Content Marketing**

Production de contenus pour attirer les utilisateurs :

- articles de blog
- vidéos
- podcasts
- guides

Objectif :

- informer et convaincre les clients.

Le Funnel Marketing,

Le funnel marketing représente le parcours d'un utilisateur avant l'achat.

Étapes principales :

- Acquisition
- Activation
- Rétention
- Revenu
- Referral

Le **funnel marketing** (entonnoir marketing) représente le **parcours d'un utilisateur depuis sa découverte d'un produit jusqu'à sa recommandation à d'autres personnes**. On l'utilise beaucoup en marketing digital et en croissance de produits.

Ce modèle est appelé **AARRR** (aussi appelé *Pirate Funnel*).

Acquisition

C'est comment les utilisateurs découvrent ton produit ou ton service

Exemples :

- publicité en ligne
- réseaux sociaux
- référencement Google
- bouche-à-oreille
- emailing

Objectif : **attirer des prospects ou visiteurs**

Activation

C'est le moment où l'utilisateur a une première bonne expérience avec ton produit

Exemples :

- création d'un compte
- premier achat
- première utilisation d'un service

- inscription à une plateforme

Objectif : faire passer l'utilisateur de simple visiteur à l'utilisateur actif

Retention

C'est la capacité à faire revenir les utilisateurs

Exemples :

- newsletters
- notifications
- programme de fidélité
- contenu régulier

Objectif : garder les utilisateurs sur le long terme

Revenue

C'est la phase où l'utilisateur génère de l'argent pour l'utilisateur pour l'entreprise

Exemples :

- achat d'un produit
- abonnement
- achat premium
- publicité

Objectif : monétiser les utilisateurs

Referral

C'est quand les utilisateurs recommandent ton produit à d'autres utilisateurs

Exemples :

- avis positifs
- partage sur les réseaux sociaux
- parrainage
- recommandation à des amis

Objectif : transformer les clients en ambassadeurs

Résumé simple du Funnel :

Visiteur → Utilisateur → Client → Client fidèle → Ambassadeur

Par exemple pour le **projet mini club informatique pour enfants** :

- **Acquisition** : parents voient une annonce dans l'école
 - **Activation** : ils inscrivent leur enfant à un premier atelier
 - **Retention** : l'enfant revient chaque semaine
 - **Revenue** : abonnement mensuel
 - **Referral** : les parents recommandent le club à d'autres parents
-