

Avec des millions de Français en ligne, dont une bonne part connectée en haut débit, le web devient un champ d'action incontournable pour les responsables marketing et communication. Mieux : ceux-ci ont découvert que ce media résolvait quantité de points faibles de leurs outils de communication traditionnels. Il est moins dispendieux, il est ultra-ciblé, il autorise des rétro-actions immédiates sur les campagnes en cours, il est ludique à l'infini, il met en relation directe avec le client et, noix de coco sur le gâteau, il peut s'acheter à la performance. Les supports ne facturent que ce qui fonctionne.

Mais ce media porte en lui quantités de contraintes : les vecteurs de diffusion sont multiples (liens sponsorisés, bannières, e-mailing, etc.), les stratégies de diffusion très diversifiées (référencement, affiliation, viral, ...) et les outils de pilotage tout aussi indispensables que complexes : « performance marketing », outils d'analyses et de gestion temps réel, etc.

Pour maîtriser ce nouvel espace de communication directe, on retiendra donc une dizaine de principes.

1. Tous les supports tu essaieras. Sur 100 de budget à répartir pour un lancement de produit, quel vecteur privilégier dans sa stratégie e-marketing ? liens sponsorisés, campagnes de bannières, location de bases d'email, campagne d'affiliation ?? Il n'y a pas d'autres alternatives que de tout essayer pour se forger une opinion saine et solide. L'expérience s'acquiert là plus qu'ailleurs par la multiplication des tests.
2. Confiance aux jeunes tu feras. La génération Nintendo pousse aux portes des entreprises. Leur maîtrise du net est une excellente raison de les y faire rentrer. Ils usent de ces nouveaux média comme d'un jeu, une dimension ludique que les vecteurs de communication en ligne leur rendent bien. Autant faire converger toutes ces bonnes énergies sur les nécessaires postes de responsables e-marketing !
3. Les nouvelles technos tu chériras. Les précurseurs de l'email video l'ont constaté : les taux de transformation sont 10 fois plus importants que les emailing classiques. Encore fallait-il le tenter ! Cette logique de l'innovation permanente doit être une seconde nature du e-marketeur.
4. Acquérir tu penseras, mais fidéliser tu n'oublieras pas! Le vaste monde du e-marketing offre quantité de moyens d'acquisition de nouveaux clients. Mais ces mêmes outils, notamment l'emailing, s'affirment comme des vecteurs très solides de fidélisation. Autant ne pas l'oublier.
5. Tenter l'impossible tu éviteras. Le réseau a ceci de magique qu'il amplifie à l'infini les réussites ... comme les erreurs. Tout se paie cash en ligne. Et mieux vaut quelquefois tourner 7 fois sa « créa » dans son disque dur que de la proposer sans filet aux internautes.
6. La création tu adoreras. S'il est un savoir-faire à choyer ces prochains mois, c'est bien la création en ligne. Les métiers traditionnels d'agences de communication se dupliquent parfaitement dans ces nouveaux espaces, avec une belle aubaine : le champ de création de ces supports en ligne est infinie. Autant en profiter à plein.
7. La flexibilité tu privilégieras. Nul besoin de s'engager sur des campagnes de 12 mois en ligne : les fluctuations d'audiences, de tendances, de supports bouleversent sans cesse la donne. Une règle pour contrer ça : constamment préserver sa flexibilité.
8. Te former tu songeras. Avec trois grandes modes par an et 15 renversements de tendances par mois, la flexibilité cérébrale du e-marketeur ne peut s'affirmer qu'accompagnée de formations fiables et compactes. Autant consommer son DIF (Droit Individuel à la Formation) intelligemment !
9. Le datamining tu exploreras. L'un des corollaires du « performance marketing », c'est l'explosion des données quanti et quali. L'univers du e-marketeur ne peut s'envisager sans des consoles de collecte, contrôle et comparaison de données.

10. Les salons, tu visiteras. Car après tout, c'est l'une des meilleures façons de découvrir de nouveaux outils, de nouveaux relais, d'écouter des confrères, de confronter ses opinions et d'avancer vite dans ces nouveaux espaces du e-marketing !

Forum E-Marketing

Liens sponsorisés, pub en ligne, affiliation, emailing, marketing viral... L'offre n'a jamais été aussi large ! Retrouvez les leaders les 12-13 Février 07, Cité des Sciences et de l'Industrie la Villette, Paris.
Demandez votre badge d'accès gratuit !

Alain Laidet

Commissaire général, 1^{er} Forum E-Marketing

www.ebusinessinfo.fr

Journaliste depuis 86, fondateur d'E-Business Info en 96 et Commissaire général d'une dizaine de salon consacrés à de multiples formes du e-business en 2007.

