

Du marketing



Formateur : Mélanie Coudeville

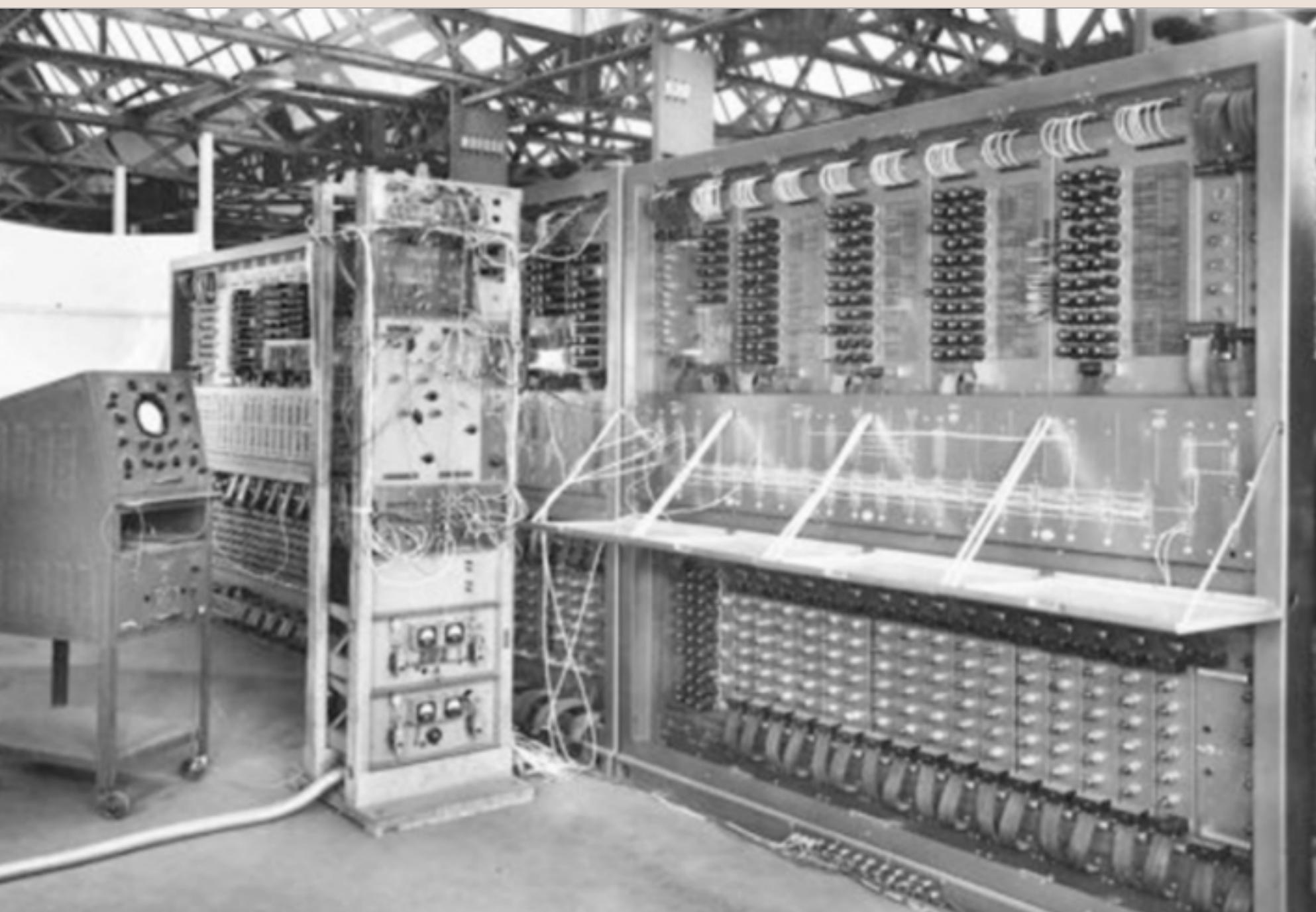
Au Marketing
digital

Un peu d'histoire

Les débuts de l'informatique moderne

Des années 70 à nos jours

- Aucune société de l'informatique moderne que l'on connaît n'existe (Microsoft, Apple, Amazon..)
- La micro-informatique n'existe pas.
- Un ordinateur c'est des mètres et des mètres, voir un stade foot, il n'est pas très puissant mais exécute des opérations rapidement et de plus en plus vite.
- Découverte de la possibilité de transmettre des informations entre deux machines
- Apparitions de premiers protocoles de communication
- Echange via les premiers réseaux particuliers ou bientôt le réseau téléphonique (cuivre)
- Apparition de la première calculatrice scientifique
- Apparition des premiers distributeurs de billet bancaire



Comment l'email a transformé le monde.. en 1971

L'américain Ray Tomlinson est l'inventeur de l'email ainsi que de l'@.

A la fin des années 60 il travaille en tant qu'ingénieur sur le projet ARPANET, l'ancêtre de l'Internet, pour le gouvernement américain. Dans ce cadre il met au point deux programmes informatiques.

Le premier baptisé SNDMSG permet d'envoyer un message en utilisant le réseau ARPANET.

Le deuxième appelé Readmail permet lui de recevoir le message et le lire.

À l'automne 1971 il associe ces deux programmes. Il conçoit alors deux boîtes aux lettres sur deux ordinateurs placés côte à côte, et réussit dans la foulée à s'envoyer le tout premier courrier électronique de l'histoire.

Dans ce processus il dû également créer des adresses. Se faisant il utilise l'arobase (@) qui n'est utilisé dans aucun nom propre ou commun et qu'il juge par conséquent idéal pour séparer le nom de la personne de celui de la machine. La toute première adresse email créée sera donc la sienne, sur ce modèle, tomlinson@bbn-tenexa. Et on en vient au message lui-même ! Celui qu'il s'enverra sera « QWERTYUIOP », tout simplement la première rangée de touches de son clavier.

Dès lors des emails sont envoyés par milliers et occupent 50% du traffic

Les années 80 et l'invention du web

La micro-informatique arrive sur les marchés

- L'informatique s'adapte à l'usage de l'homme et les machines sont miniaturisées.
- Les premiers ordinateurs Apple, Atari, Amiga, puis les PC IBM avec Microsoft Windows font leur apparition, ils sont de plus en plus petits et de plus en plus puissants
- À partir des années 90, nous ressentons le besoin élémentaire de nous relier, de partager les informations, mettre en commun et de communiquer
- **Fin des années 80, Tim Berners-Lee, chercheur britannique, a inventé le Web au CERN en 1989**

À l'origine, le projet, baptisé « World Wide Web », a été conçu et développé pour que des scientifiques travaillant dans des universités et instituts du monde entier puissent s'échanger des informations instantanément. La création du web et du langage permet de faire des documents liés entre eux : les liens grâce au langage html.

World Wide Web

The WorldWideWeb (W3) is a wide-area [hypermedia](#) information retrieval initiative aiming to give universal access to a large universe of documents.

Everything there is online about W3 is linked directly or indirectly to this document, including an [executive summary](#) of the project, [Mailing lists](#), [Policy](#), November's [W3 news](#), [Frequently Asked Questions](#).

[What's out there?](#)
Pointers to the world's online information, [subjects](#), [W3 servers](#), etc.

[Help](#)
on the browser you are using

[Software Products](#)
A list of W3 project components and their current state. (e.g. [Line Mode](#), [X11 Viola](#), [NeXTStep](#), [Servers](#), [Tools](#), [Mail robot](#), [Library](#))

[Technical](#)
Details of protocols, formats, program internals etc

[Bibliography](#)
Paper documentation on W3 and references

[People](#)
A list of some people involved in the project

[History](#)
A summary of the history of the project

[How can I help?](#)
If you would like to support the web..

[Getting code](#)
Getting the code by [anonymous FTP](#), etc.

Première page web publiée

En 1990 c'est le début de la démocratisation de l'Internet. Le "World Wide Web" se transforme en combinaison de textes et de graphiques quelques temps seulement après avec le lancement de Mosaic, le pionnier des navigateurs web. Nous pouvons désormais surfer sur la "toile d'araignée"

En 1993 quelques mois après le lancement du navigateur Mosaic, qui fait exploser l'intérêt pour le WWW, le Cern fait passer son projet dans le domaine public et publie son code source. Désormais accessible à tous et gratuit, le Web voit très vite son usage exploser sur Internet. En un an seulement, on passe de quelques 500 serveurs Web à 10 000 à la fin 1994 ! Le lancement de Netscape, le premier navigateur réellement grand public, participera aussi largement à sa démocratisation.



DU Web 1.0 au Web 4.0

Web 1.0 - 1990 - 1999 :

Web vitrine, diffusion de contenus, sens unique

Web statique, centré sur la distribution d'informations. Il se caractérise par des sites orientés produits, qui sollicitent peu l'intervention des utilisateurs.

Web 2.0 - 2000 - 2009 :

Web collaboratif, social, interconnexion, partage

Il privilégie la dimension de partage et d'échange d'informations et de contenus (textes, vidéos, images ou autres). Il voit l'émergence des réseaux sociaux, des smartphones et des blogs. Le web se démocratise et se dynamise. L'avis du consommateur est sollicité en permanence et il prend goût à cette socialisation virtuelle.

Web 3.0 - 2010 - 2020 :

Web sémantique, mobile, web service

Web plus portable et qui fait de plus en plus le lien entre monde réel et monde virtuel. Il répond aux besoins d'utilisateurs mobiles, toujours connectés à travers une multitude de supports et d'applications malines ou ludiques.

Web 4.0 - À partir de 2021 :

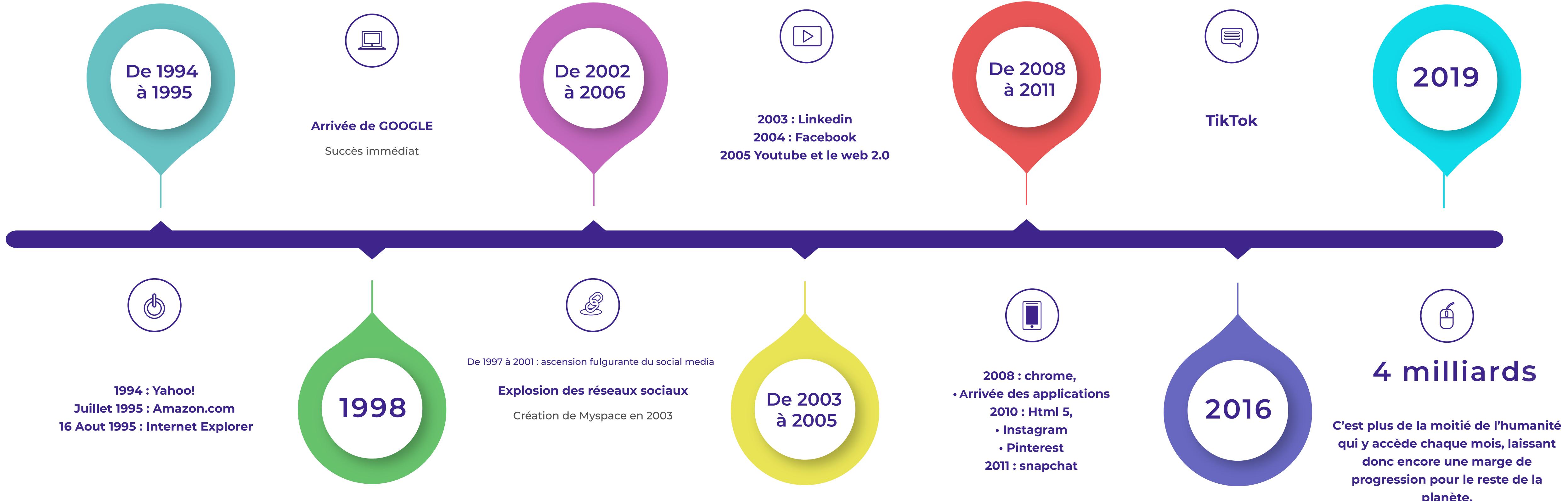
Web intelligent

Il vise à immerger l'individu dans un environnement (web) de plus en plus prégnant. Il pousse à son paroxysme la voie de la personnalisation ouverte par le web 3.0 mais il pose par la même occasion de nombreuses questions quant à la protection de la vie privée, au contrôle des données, etc.

C'est un terrain d'expérimentation où tous ne sont pas (encore) prêts à s'aventurer !

www.internetlivestats.com

L'évolution du web jusqu'aux réseaux sociaux



Panorama des réseaux sociaux

Réseaux	Mondial	France
Facebook	+ 2,2 milliards	33 millions
Instagram	1 milliard	12 millions
YouTube	1,9 milliards	19 millions
Twitter	326 millions	10 millions
LinkedIn	106 millions	9,7 millions
Snapchat	186 millions	13 millions



Introduction au marketing

Metttons de côté l'aspect digital de côté pour bien comprendre ce qu'est le marketing au sens large.

Le marketing fondamental

Plus précisément : Si un marché est le point de rencontre entre l'offre et la demande, alors, le marketing est “l'ensemble des actions visant à faciliter la rencontre entre une offre et la demande pour cette offre”.

Dans le mot “Marketing” il y a le mot “market”, ou “marché” en français

Utilisez le marketing-mix comme pilier de votre stratégie

Aussi appelé les 4P du marketing, ce modèle vous permet d'analyser et de définir les 4 piliers de toute stratégie marketing.

Comme vous pouvez le voir sur l'illustration, ces 4 piliers sont :

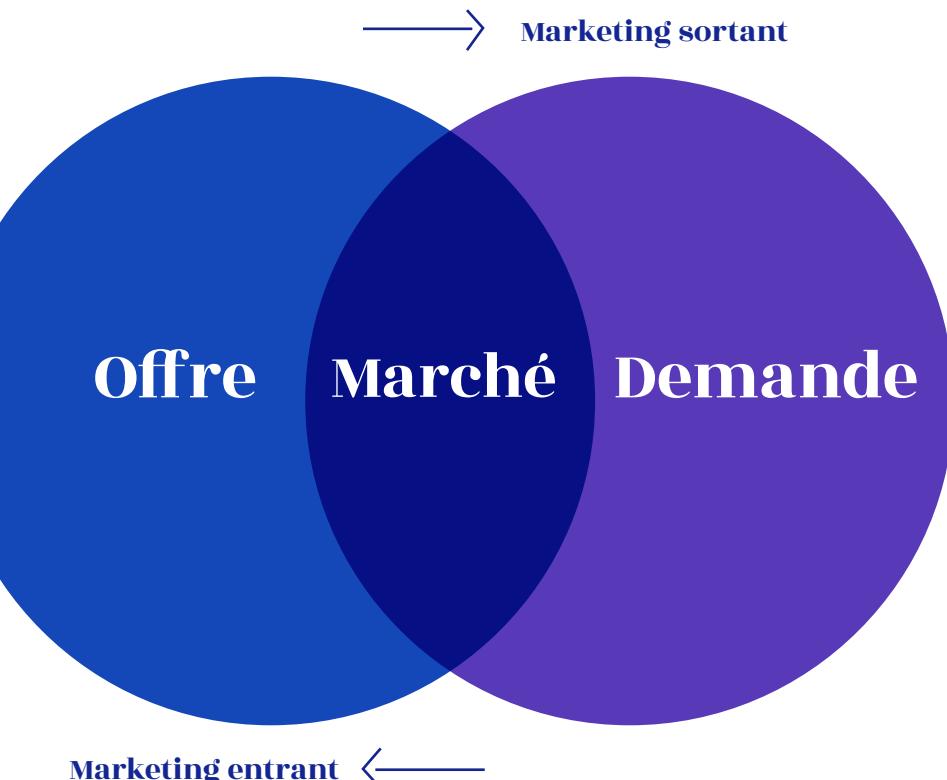
La stratégie de produit (“product” en anglais). Quel(s) produits, services ou idées est-ce que vous mettez sur le marché ? Autrement dit, quelle est votre offre ?

La stratégie de prix (“price” en anglais). Si votre offre est payante, quelle contrepartie financière demandez-vous ? Sinon, quel est votre modèle économique ? Si vous avez des compétiteurs, quelle politique de prix pratiquent-ils ?

La stratégie de distribution (“place” en anglais). Le client devra-t-il venir chercher le produit, ou le lui ferez-vous parvenir ?

Allez-vous tenir votre propre magasin physique, une boutique en ligne, ou les deux ?

La stratégie de promotion (“promotion” en anglais). Comment allez-vous communiquer votre offre auprès de votre marché ? Par quels canaux de communication allez-vous passer ? Quelles tactiques allez-vous utiliser ?



Le marketing fondamental

Ce qui fait le talent d'un marketeur, c'est sa capacité à poser toutes les bonnes questions, et à formuler des réponses, non seulement cohérentes entre elles, mais aussi et surtout en adéquation avec ses objectifs finaux.

Commençons par tester votre capacité à présenter votre activité...

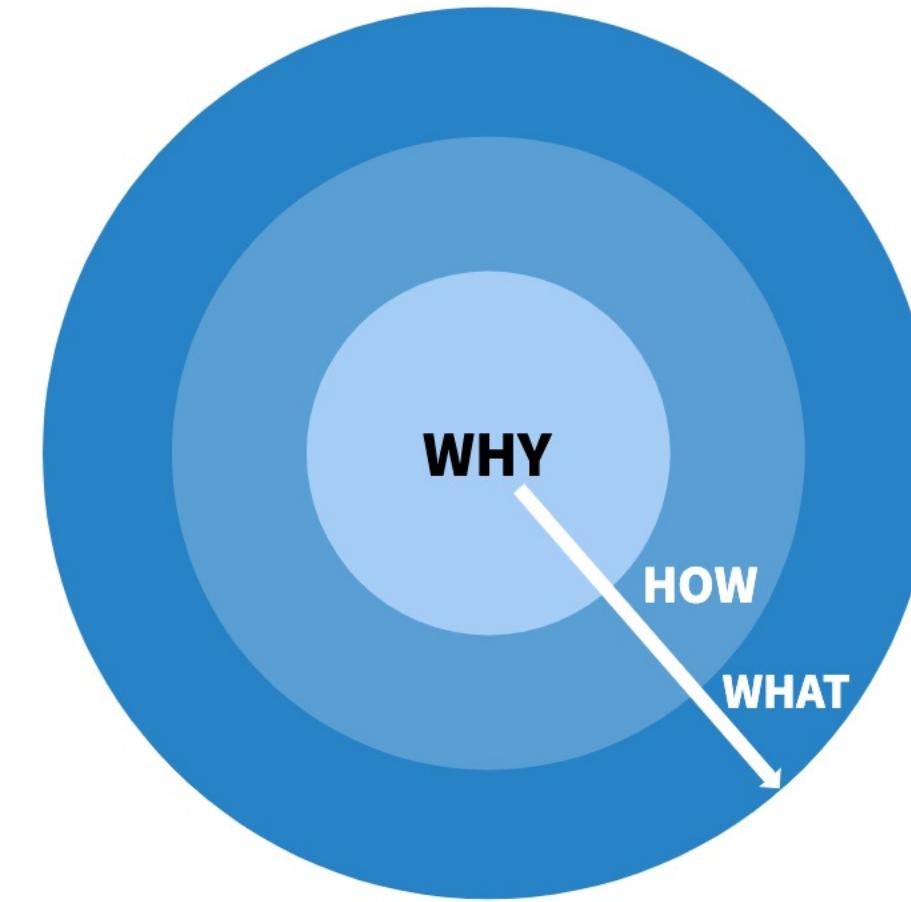
Bien se définir pour mettre en place une bonne stratégie marketing

Sur une éditeur de texte (word par exemple), vous rédigerez ces 4 points fondamentaux :

- *La mission :*
Définir la mission de l'entreprise / projet/ association, que proposez-vous à vos clients ou clients potentiels ?
- *La vision :*
Quelle est votre vision a court et moyen terme, vers quoi vous dirigez-vous ?
- *Les valeurs : pourquoi ?*
Quelles sont les valeurs défendues, les fondations du projet
- *Pitch :* réussir à résumer en quelques mots de votre entreprise, 1 minute pour résumer

De la stratégie à la mise en application

Technique du "What, how, why"



- **WHAT** : Toutes les sociétés savent ce qu'elles font.
- **HOW** : Certaines ne savent pas comment elles le font.
- **WHY** : Dans quel but ? Basé sur quelles valeurs ?

Merci à tous pour votre attention et participation :)

Rendez-vous dans quelques jours pour découvrir le marketing digital.