



Le
LEXIQUE
de
L'INBOUND
MARKETING

Pour ne plus laisser des terminologies
vous éloigner de vos objectifs marketing.

Sommaire

- A..... 5
 - A/B Testing..... 5
 - Abonnement..... 5
 - Automatisation du marketing basée sur le comportement..... 5
- B..... 6
 - Blog 6
 - Bounce rate ou exit rate (taux de rebond)..... 6
 - Bases de données externes 6
 - Bottom of the funnel (BOFU) 6
 - Buyer personas 7
 - Buyer's journey (parcours d'achat) 7
- C..... 8
 - Call-to-action 8
 - CMS (content management system)..... 8
 - Content marketing..... 8
 - Contenu Premium..... 9
 - Conversion rate 9
 - CRM (customer relationship management) 9
 - Cycle de vie du client 9
- E..... 10
 - Earned Media..... 10
 - Echange de valeur..... 10

Le Lexique de l’Inbound Marketing..... 11

F... 11

- Formulaire de conversion..... 11
- Forum..... 11
- Funnel Marketing..... 11
- Friction 12

I... 12

- Indexation..... 12
- Interruption marketing..... 12
- Inbound link..... 12
- Inbound marketing 12

K... 13

- KPI (Key Performance Indicators)..... 13

L... 14

- Landing page (page d’atterrissage) 14
- Lead..... 14
- Lead Generation 15
- Lead nurturing 15
- Lead qualifié..... 15
- Lead scoring..... 15
- Link building..... 15
- Longue traîne (keywords – mots clés)..... 16

M... 16

- Marketing automation (automatisation du marketing)..... 16
- Marketing Qualified Lead (MQL) 16
- Médias sociaux 17
- Middle of the funnel (MOFU) 17
- Mot(s)-clé(s) (ou expression)..... 17

N... 18

- Navigation..... 18

O... 18

- Offre (ou contenu Premium) 18
- Opt-in..... 18

Partagez sur les réseaux sociaux



Le Lexique de l'Inbound Marketing..... 18

Owned Media 18

P..... 19

Paid Media 19

Permission marketing..... 19

Personnalisation 19

Proposition de valeur 19

R..... 20

Retargeting 20

ROI 20

S..... 21

Sales Qualified Lead (SQL) 21

Segmentation..... 21

SEA (Search Engine Advertising)..... 21

SEO..... 22

SMO (Social Media Optimization) 22

SEM (Search Engine Marketing) 22

SMarketing..... 22

Social selling..... 22

T..... 23

Taux d'ouverture 23

Trafic 23

Top of the funnel (TOFU)..... 23

Trigger email..... 23

W..... 24

Web analytics..... 24

Webinar 24

Wordpress 24

A.....

A/B Testing

Test de deux versions différentes d'une même landing page pour identifier celle des deux qui est la plus performante.



Abonnement

Votre blog doit présenter plusieurs moyens d'abonnement à votre contenu. Les contenus peuvent être régulièrement transmis par email ou par flux RSS.

Automatisation du marketing basée sur le comportement

L'automatisation du marketing basé sur le comportement fait référence à une solution logicielle qui déclenche des envois d'emails et d'autres actions basés sur l'activité de l'utilisateur, aussi bien sur votre site web, qu'en dehors. Cela permet d'accompagner les prospects (leads) dans leur processus d'achat, et de leur envoyer des informations pertinentes.

Partagez sur les réseaux sociaux



B...

Blog

C'est le diminutif pour web log, ou weblog. Les blogs sont principalement créés et alimentés par des individus seuls ou en groupe. Ils accueillent régulièrement du contenu nouveau, comme des articles, des photos, des vidéos mais aussi des commentaires.

Bounce rate ou exit rate (taux de rebond)

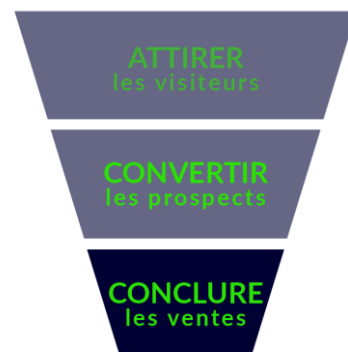
Parmi le Web analytics, le taux de rebond (bounce rate en anglais) est un outil marketing qui permet de mesurer le pourcentage d'internautes qui sont entrés sur une page Web et qui ont quitté le site après, sans consulter d'autres pages. Ils n'ont donc vu qu'une seule page du site.

Bases de données externes

Une liste de prospects ou un groupe ciblé de destinataire qui a accepté de recevoir des emails concernant certains sujets. En utilisant, des bases de données externes opt-in, les professionnels du marketing peuvent envoyer des emails à des audiences ciblés selon ces critères démographiques, d'intérêt, de revenus,...

Bottom of the funnel (BOFU)

C'est la toute dernière étape du tunnel de conversion. L'entreprise cherche ici à convertir ses leads qualifiés en clients.



Partagez sur les réseaux sociaux



Buyer personas

Les personas sont des audiences cibles, des représentations fictives des cibles visées par l'entreprise. Ce concept de personas doit aider à comprendre les points de douleurs de ces cibles.

Buyer's journey (parcours d'achat)

Le parcours d'achat est le processus à travers lequel les clients passent pour prendre conscience de leur problématique, évaluer et acheter un nouveau produit ou service.



C...

Call-to-action

C'est un appel ou une incitation à l'action. Il peut prendre la forme d'un bouton, d'une image ou encore d'un texte. Il invite l'internaute sur une landing page qui a pour objectif de transformer le visiteur en lead.



CMS (content management system)

« Système de gestion de contenu » en français. C'est un programme qui permet d'ajouter facilement du contenu à votre site web ou à votre blog. Wordpress, Joomla, Drupal sont des CMS.

Content marketing

Le marketing de contenu est une stratégie qui consiste pour l'entreprise à créer et diffuser des contenus afin d'acquérir de nouveaux clients. Ces contenus informatifs, utiles ou ludiques peuvent se présenter sous la forme de : articles vidéo, actualités, ebook, livre blanc, infographies, étude de cas,...

Contenu Premium

Il s'agit de contenu à forte valeur ajoutée, qui permettent de transformer ses visiteurs en leads. Pour accéder à ses contenus Premium, les visiteurs doivent laisser leurs coordonnées sur un formulaire. Ils passent ainsi du statut de visiteurs à celui de leads.

Conversion rate

Le taux de conversion s'applique à plusieurs étapes du tunnel de conversion.

En Tofu, c'est le nombre de personnes qui visite votre site ou blog divisé par le nombre de personnes qui laissent leurs coordonnées sur un formulaire de landing page. C'est le taux de conversion en lead.

En Mofu, le taux de conversion est calculé en divisant le nombre de leads par le nombre de leads de qualité.

Enfin, en Bofu, le taux de conversion consiste à diviser les leads de qualité par le nombre de nouveaux clients.

CRM

(customer relationship management)

Le CRM est un progiciel qui capte, traite et analyse avec des clients existants ou potentiels. Le but est de créer une relation client plus efficace. LE CRM doit aujourd'hui intégrer les outils de marketing automation pour un meilleur alignement vente et marketing.

Cycle de vie du client

Le cycle de vie du client est le process qui se compose de plusieurs étapes, comme la recherche de solutions, l'achat et l'utilisation d'un bien ou service. Les marketeurs doivent faciliter en enrichir ce process pour construire une relation cliente de qualité.

Partagez sur les réseaux sociaux



E...

Earned Media

Ce sont des contenus non générés directement par l'entreprise mais dont elle bénéficie gratuitement (référencement naturel, mentions sur des blogs, buzz, tweets,...). Ces contenus sont souvent créés par des utilisateurs et contribuent à la crédibilité de la marque.

Echange de valeur

C'est la transmission d'une offre utile, adaptée, à forte valeur ajoutée, dans le but de récupérer en retour des informations de la part du visiteur.

F...

Formulaire de conversion

Un formulaire qui collecte les coordonnées des visiteurs de votre site et des précisions sur leurs besoins. Les formulaires de conversion transforment les visiteurs en prospects. La collecte d'informations vous permet de prolonger la relation avec vos prospects.

Nom	Prénom
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Message	
<input type="text"/>	
<input type="button" value="VALIDER"/>	

Forum

Un forum est un espace de conversation sur un site web. Il peut être public ou privé.

Funnel Marketing

Le funnel marketing ou entonnoir de conversion permet de suivre le futur client dans son cheminement vers un objectif défini.

Il peut s'agir des différentes étapes qui vont permettre à une entreprise d'attirer du trafic, de convertir ce dernier en leads puis en clients.

L'entonnoir de conversion peut aussi reprendre les étapes du parcours d'achat (buyer's journey) et dessiner le chemin du futur client depuis la prise de conscience de sa problématique, jusqu'à l'achat du bien ou service.

Partagez sur les réseaux sociaux



Friction

La friction désigne tout élément qui peut gêner la conversion du visiteur en lead. Par exemple, une présence trop importante de Call-to-action va distraire l'attention du visiteur et le détourner de l'objectif principal défini.



Indexation

C'est le processus par lequel les moteurs de recherche trouvent le contenu de votre site, le répertorient et le rendent disponible pour vos visiteurs, en stockant les résultats et en les présentant dans ses pages de résultats.

Interruption marketing

Une approche traditionnelle du marketing qui consiste à interrompre les cibles dans leurs activités quotidiennes, avec des messages pour vendre un bien ou un service. Le marketing de l'interruption est pensé et optimisé pour des conversions immédiates.

Inbound link

C'est un lien d'un site à un autre. Un lien depuis un autre site va améliorer le référencement naturel (SEO) d'un site, si ce site a un pagerank élevé.

Inbound marketing

Partagez sur les réseaux sociaux



Par opposition à l'outbound marketing, qui consiste à « pousser » des messages vers ses prospects, l'inbound marketing consiste à faire venir les clients à soi, en créant et diffusant des contenus qui correspondent à leurs besoins, en se rendant visible et en facilitant la conversion.

K...

KPI (Key Performance Indicators)

Les KPI ou ICP (indicateurs clés de performance) sont des indicateurs qui peuvent être utilisés, entre autres, dans le domaine du management au sens large, dans le domaine du marketing et de la publicité ou dans le domaine de l'analyse d'audience d'un site web. Ils permettent de suivre la réalisation de vos objectifs.

L...

Landing page (page d'atterrissage)

Une page d'un site web contenant un formulaire qui a pour objectif de générer des leads. La page est axée sur une offre marketing, et une seule, comme un ebook, ou un webinar, et sert à capturer les coordonnées des visiteurs en échange de cette offres de contenus marketing (contenus Premium).



Lead

Il s'agit d'une personne (précédemment inconnue ou simple visiteur) qui a émis un signal d'intérêt plus ou moins fort pour les produits ou services d'une marque en fournissant ses coordonnées. Cette personne est désormais un prospect (lead).

Partagez sur les réseaux sociaux



Lead Generation

La génération de lead (Lead generation) est le processus d'attraction des nouveaux leads. C'est une tactique marketing qui conduit une personne à démontrer son intérêt pour un produit ou service. Sur le web, cela se produit en échangeant du contenu à forte valeur ajoutée contre les coordonnées des visiteurs d'un site web.

Lead nurturing

C'est la procédure qui vise à faire « mûrir » les leads dans l'entonnoir de conversion. En entrant dans l'entonnoir, le visiteur prend conscience de sa problématique. En pratiquant le lead nurturing, l'entreprise va accompagner le prospect dans son parcours d'achat, jusqu'à ce que ce dernier soit prêt à conclure la vente.

Lead qualifié

Un lead (prospect) qualifié est un visiteur qui a demandé à recevoir des communications de la part de votre société. Il a été sensibilisé à votre produit ou service et veut en savoir plus.

Lead scoring

Le lead scoring consiste à attribuer une note (ou score) à un lead en fonction de différents critères, et à la faire évoluer dans le temps. Plus cette note est élevée, plus le lead est qualifié, et plus il y a de chances de réaliser une vente avec lui.

Link building

C'est le processus d'obtenir des liens inbound renvoyant sur votre site web pour améliorer votre référencement naturel SEO.

Longue traîne (keywords – mots clés)

C'est une suite de mots clés, qui décrivent avec précision un produit ou service proposé. Le fait d'optimiser son référencement naturel sur une suite de mots clés précise va diminuer la concurrence et permettre d'être visible pour les consommateurs ayant un besoin précis, traduit par une formulation précise de leur requête sur les moteurs de recherche.

M...

Marketing automation (automatisation du marketing)

Le marketing automation permet de lancer des campagnes marketing sans intervention humaine. Son utilisation repose sur différentes techniques d'automatisation : il suffit généralement de configurer une infrastructure technique pour mettre en place des actions marketing automatisées.

L'e-mail reste l'outil phare de l'automatisation marketing. L'envoi d'un e-mail automatique pour un anniversaire, une action spéciale ou pour valider un panier est une technique marketing efficace à moindre coût.

Marketing Qualified Lead (MQL)

C'est un lead dont la connaissance a été améliorée grâce à ses réponses à des sollicitations marketing. S'il est qualifié, il a de grandes chances d'être un client potentiel. C'est le lead scoring qui permet de positionner un prospect en MQL ou SQL (sales qualified lead).



Partagez sur les réseaux sociaux

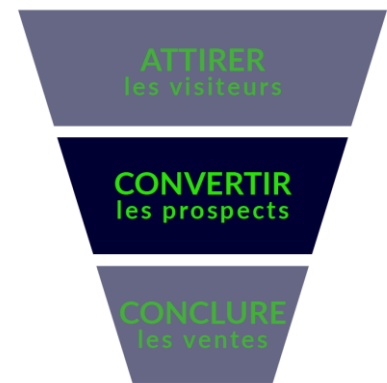


Médias sociaux

Le terme de médias sociaux désigne les sites Internet permettant à leurs membres d'établir ou d'intégrer des réseaux d'amis ou connaissances professionnelles et de participer à la vie de ces réseaux à travers la mise à disposition d'outils et interfaces de présentation, de communication et d'interaction. Les médias sociaux sont les réseaux sociaux mais aussi les blogs, les forums, les sites participatifs (wiki),...

Middle of the funnel (MOFU)

C'est le milieu de l'entonnoir de conversion. Cette étape regroupe les techniques qui consiste à faire avances ses cibles de la phase de découverte à la phase d'évaluation.



Mot(s)-clé(s) (ou expression)

Sélectionner des mots clés (ou expression) revient à déterminer quelle thème importe à vos cibles et comment il formule leur besoins. Les contenus doivent construits autour de ces mots clés pour favoriser le référencement naturel sur les moteurs de recherche.

N...

Navigation

Un élément d'une page web, généralement situé en haut du site, proposant des liens permettant de passer d'une page à une autre.

O...

Offre (ou contenu Premium)

L'offre est le contenu transmis au prospect une fois le formulaire d'une landing page rempli. Cette offre va permettre d'informer et d'éduquer le prospect sur sa problématique. Elle peut prendre la forme d'un ebook, d'un livre blanc, d'un webinar,...

Opt-in

Ce terme anglais qualifie l'acceptation d'un prospect de recevoir des communications régulières (principalement emailing) en fournissant ses coordonnées.

Owned Media

Il s'agit des contenus que l'entreprise crée elle-même et dont elle dispose pleinement (articles de blog, brochures, newsletter, page facebook,...). Les avantages sont nombreux : contrôle et précision, coût moins élevé à long terme, meilleure interaction avec la cible visée...

Partagez sur les réseaux sociaux



P...

Paid Media

Cela correspond à de la publicité : les contenus que l'entreprise achète (publicité dans la presse, spot TV, affichage, salon, ...).

Permission marketing

Ce type de marketing demande l'autorisation (la permission) à ses cibles de communiquer avec elles, et s'efforce à être informative.

Personnalisation

La personnalisation implique de s'adresser à chaque destinataire de manière différent. Par exemple, les emailings reprendront le nom et le prénom de la personne. La personnalisation peut aussi inclure des références aux précédentes interactions (achats, discussions, partage réseaux sociaux,...). L'objectif est de créer une relation privilégiée avec les prospects et clients.

Proposition de valeur

C'est la principale raison pour laquelle votre visiteur va choisir de convertir sur votre page. Il s'agit de la réponse à la question « que vais-je gagner à laisser mes coordonnées ? ».

R...

Retargeting

Le retargeting est une pratique publicitaire qui consiste le plus souvent à cibler un individu qui a visité un site Internet, mais pour lequel il n'y a pas eu achat ou transformation lors de cette visite. Les pratiques de retargeting les plus courantes sont celles mises en oeuvre par les acteurs du e-commerce.

ROI

En bon français, cela se traduit par « retour sur investissement ». Il s'agit donc du retour sur investissement de vos efforts marketing.

S...

Sales Qualified Lead (SQL)

Le Sales qualified lead est un ancien marketing qualified lead qui a effectué des actions montrant une avancée dans son processus d'achat, le rapprochant de l'acte d'achat.



Segmentation

La segmentation désigne la séparation d'une audience cible en persona qui se distingue par des besoins et des préférences différents. Ces segments vont être contactés en tenant compte de leurs expériences et intérêts.

SEA (Search Engine Advertising)

SEA est un acronyme pour Search Engine Advertising qui signifie littéralement publicité sur les moteurs de recherche. Le SEA désigne donc l'utilisation de liens commerciaux ou publicitaires sur les moteurs de recherche.



Partagez sur les réseaux sociaux



SEO

SEO est l'acronyme de Search Engine Optimization et peut être défini comme l'art de positionner un site, une page web ou une application dans les premiers résultats naturels des moteurs de recherche. Le SEO s'appuie sur un ensemble de techniques et de bonnes pratiques, au niveau de la conception des sites web et de la rédaction des articles. Les interactions sur les médias sociaux jouent également un rôle favorable dans le SEO.

SMO (Social Media Optimization)

SMO est l'acronyme pour Social Media Optimization (ou optimisation). Le SMO désigne l'ensemble des techniques et actions destinées à développer la visibilité, l'image et l'offre d'un site web ou d'une marque sur les réseaux ou médias sociaux.

SEM (Search Engine Marketing)

Le SEM regroupe donc les deux formes de présence sur les moteurs de recherche qui sont les liens commerciaux et le référencement naturel ou SEO. La formule fut un temps élargie sous la forme : SEM = SEA + SEO + SMO (Social Media Optimization), mais la notion de SMO a peu de sens et ne relève pas de la même approche.

SMarketing

Il s'agit d'un process visant à mieux intégrer les activités commerciales et marketing. L'objectif étant de mettre ces deux fonctions dans un même ordre de marche : une même approche, les mêmes outils et les mêmes objectifs.

Social selling

Ce terme désigne l'ensemble des techniques visant à utiliser les médias sociaux dans une démarche commerciale. La présence des membres de l'entreprise (commerciaux, experts) et leurs activités sur ces médias visent à renforcer la visibilité et la crédibilité de l'entreprise.

T...

Taux d'ouverture

Le pourcentage de destinataire ayant ouvert votre emailing.

Trafic

C'est simplement les visiteurs sur votre site web ou votre blog.

Top of the funnel (TOFU)

C'est le haut de l'entonnoir de conversion, qui correspond à l'attraction de visiteurs sur son site web.



Trigger email

Il s'agit d'un email marketing automatisé dont l'envoi est déclenché par une condition, et qui permet de répondre à une exigence de réactivité et d'immédiateté.

W...

Web analytics

C'est l'activité de mesure, de collecte d'analyse et de reporting des données Internet à des fins de compréhension et d'optimisation des usages web.

Webinar

En français, séminaire en ligne. Le webinar permet de mener d'organiser des réunions en ligne, mais aussi des formations, des présentations,... via Internet.

Wordpress

Wordpress est un CMS (content management system) qui permet de créer des pages statiques (à usage de site web vitrine ou e-commerce) et un blog. Il est porté par une communauté importante qui le fait évoluer et s'améliorer en permanence.

Si certains mots demandent précisions
OU
si vous êtes convaincu par la méthodologie Inbound
et vous êtes impatient de l'appliquer à votre activité

CONTACTEZ-MOI

Christopher Rio
Consultant indépendant en Stratégie Digitale

grâce au [formulaire de contact](#)



cr-inbound.com