

# Glossaire

Marketing Direct



données

campagnes

comportements

groupes



## Glossaire Marketing Direct

### B

#### Base repoussoir

Une **base repoussoir** est une **base de données d'individus** que l'on **ne souhaite pas atteindre** lors d'une action marketing.

#### BDD

La BDD ou base de données est un **ensemble organisé de données structurées**, généralement **stockées électroniquement** dans un système informatique.

### C

#### Ciblage

Le **ciblage** fait référence à la **sélection spécifique d'un groupe de personnes** ou d'entreprises susceptibles d'être **intéressées** par un produit, un service ou une offre particulière. L'objectif est d'**optimiser l'efficacité des campagnes marketing** en atteignant directement les individus ou les segments de marché les plus pertinents. Le ciblage peut **se baser sur divers critères** tels que la démographie, les comportements d'achat, les préférences, la localisation etc.

#### Cliqueurs

Les **cliqueurs** sont les **individus qui ont interagi avec un contenu en ligne** tel qu'un email ou une landing page par exemple en cliquant sur un lien, une bannière publicitaire, ou tout autre élément interactif. Ces interactions permettent de suivre le comportement des utilisateurs sur Internet face à des campagnes de marketing direct.

#### Call-to-action

Le **call to action (CTA)** se traduit en français comme un bouton d'appel à l'action. Il s'agit d'un **élément visuel sur lequel on peut cliquer**, qui redirige vers une autre page web, en général une offre commerciale ou un formulaire de prise de contact.



### D

---

#### Données comporte- mentales

Les **données comportementales** se réfèrent aux **informations recueillies sur le comportement en ligne d'un individu** lors de son interaction avec des services numériques tels que des sites web, des applications mobiles ou des plateformes en ligne. Ces données permettent d'**affiner le ciblage des campagnes de marketing direct**. Elles englobent une **variété d'actions**, telles que les pages visitées, les articles consultés, les clics, les temps de séjour sur une page, les achats effectués...

#### Données déclaratives

Les **données déclaratives** font référence aux **informations recueillies directement auprès des individus par le biais de déclarations**, réponses à des enquêtes, formulaires ou autres moyens explicites où les utilisateurs fournissent volontairement des renseignements sur eux-mêmes.

### E

---

#### Emailing

L'**emailing** est une technique qui **utilise le courrier électronique** comme canal de communication pour envoyer des messages promotionnels, des informations, des offres commerciales, ou tout autre contenu pertinent à une liste d'abonnés ou de clients potentiels. L'objectif de l'emailing est généralement d'**engager le destinataire**, de promouvoir des produits ou services, d'informer sur des événements ou des mises à jour, et ultimement de **favoriser des actions spécifiques** telles que des achats, des inscriptions, ou des téléchargements.

L'emailing est le **champion des campagnes digitales** : en effet, en moyenne, pour 1\$ dépensé, une entreprise gagne 38\$, soit un ROI de 3800%\*

## H

---

### Harbounce

Le **hardbounce** fait référence à un **échec permanent de la livraison d'un email** à une adresse électronique spécifique.

## I

---

### Inactifs

Les **inactifs** sont les **membres d'une liste** ou d'une base de données qui n'ont **pas montré d'activité récente ou d'engagement avec les communications** de l'entreprise

### Intentionnistes

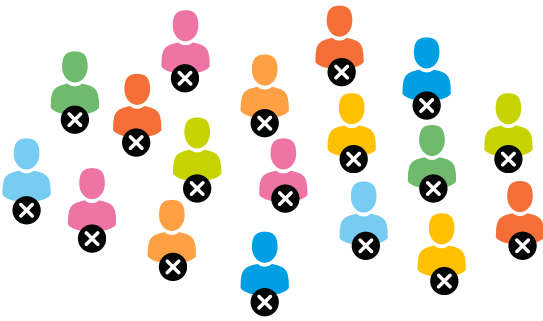
Les **intentionnistes** correspondent à un **profil marketing** pour lequel a été détectée une **forte probabilité d'achat** imminent. C'est également un critère utilisé pour cibler les destinataires d'une campagne de marketing direct.

## L

---

### Landing page

Une **landing page** ou **page d'atterrissage** est une page web spécialement conçue pour recevoir le trafic provenant d'une source externe, telle qu'une campagne publicitaire, un email marketing, ou un lien partagé. L'objectif principal d'une landing page est de **convertir les visiteurs en leads** ou en clients en les **incitant à effectuer une action** spécifique, comme remplir un formulaire, effectuer un achat, télécharger un contenu, etc. Elle permet également, dans le cadre d'une campagne SMS par exemple, d'étendre le nombre de caractères alloués et donc de compléter les propos.



## L

### Liste noire

Une **liste noire** ou **blacklist** est une **liste d'adresses email**, de domaines ou d'IP spécifiques qui sont **identifiés comme émetteurs de courrier indésirable** (spam).

### Location de bases de données

La **location de bases de données** fait référence à la **pratique d'acquérir l'accès** ou les droits d'**utilisation temporaire d'une base de données** client ou d'une liste d'adresses à des fins marketing. En effet, en général, une entreprise n'a pas accès aux adresses emails de ses prospects et fait donc appel à des plateformes comme Digitaleo pour cibler des profils et leur envoyer des campagnes dédiées. Cela peut être intéressant notamment lors d'une campagne SMS visant à conquérir de nouveaux clients : vous pouvez étendre temporairement votre audience.

## M

### Message vocal

Le **message vocal** est une fonctionnalité qui permet aux utilisateurs d'**enregistrer, de stocker et de récupérer des messages vocaux** via un système téléphonique.

## O

### Objet d'email

L'objet d'email est la **courte phrase** qui résume le contenu de l'e-mail. C'est la **première chose que les destinataires voient** lorsqu'ils reçoivent un email, il joue un rôle crucial dans la **décision du destinataire d'ouvrir ou non l'e-mail**.

### Opt-in

L'**opt-in** est une pratique dans laquelle **les individus donnent leur consentement explicite** et volontaire pour recevoir des communications marketing, telles que des emails, des newsletters, des offres spéciales, etc.



## O

### Opt-out

L'**opt-out** est une pratique dans laquelle **les individus ont la possibilité de retirer leur consentement** ou de se désabonner d'une liste de diffusion ou d'un programme de marketing. En d'autres termes, l'opt-out permet aux utilisateurs de choisir de **ne plus recevoir de communications marketing après s'être initialement inscrits**.

### Ouvreurs

Les **ouvreurs** sont les personnes ayant **ouvert une campagne marketing** (email, SMS...).

### Owned media

L'**owned media** désigne une stratégie marketing qui vise à **convertir des prospects grâce à la communication** issue des canaux et des contenus (gratuits) que possèdent et a créé une entreprise. Par exemple, les réseaux sociaux d'une marque, sa newsletter, son site web, etc.

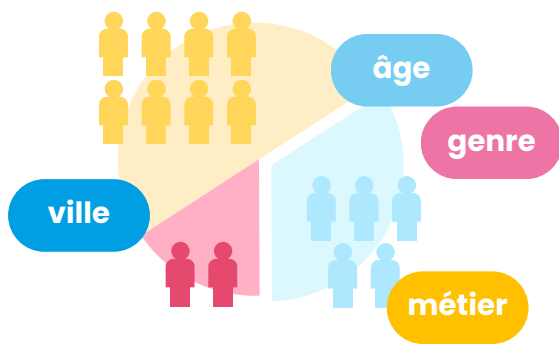
## R

### RCS

Le **RCS** (Rich Communication Services) est un **moyen de communication** destiné à remplacer les SMS traditionnels. Il offre des **fonctionnalités plus avancées** (autocollants, vidéos, message de confirmation, options d'achat...) permettant **une expérience de messagerie plus riche et interactive**.

### RGPD

Le **RGPD** (Règlement général sur la protection des données) est un **texte réglementaire européen** qui encadre le **traitement des données** de manière égalitaire sur tout le territoire de l'Union européenne.



## S

### Segmentation

La **segmentation** se réfère à la **division d'une audience en groupes distincts** et homogènes en fonction de certains critères ou caractéristiques communes récoltés grâce à des **données comportementales ou déclaratives**. L'objectif de la segmentation est de **mieux comprendre les besoins**, les préférences et le comportement des clients afin de pouvoir créer des messages et des offres plus ciblés et personnalisés.

### SMS Marketing

Le **SMS marketing** est une stratégie de marketing direct qui utilise **les messages textes (SMS)** pour **envoyer des communications promotionnelles**, des offres spéciales, des alertes ou d'autres informations marketing directement aux téléphones mobiles des utilisateurs.

### Softbounce

Le terme **softbounce** se réfère à une situation où un **email n'est pas livré avec succès** à un destinataire, mais de **manière temporaire**. Contrairement au **hardbounce**, qui est une erreur permanente, le soft bounce peut être dû à des **problèmes temporaires** tels que la boîte de réception du destinataire étant pleine, un serveur de messagerie momentanément indisponible...

### Spamtrap

Un spamtrap est une **adresse email** spécialement créée ou réactivée dans le but de **piéger les expéditeurs de courriers électroniques non sollicités (spam)**.

### Spamword

Un **spamword** est un mot ou une **expression qui est fréquemment associé au spam** dans les **filtres anti-spam** des fournisseurs de services de messagerie. Il faut donc **éviter de les utiliser** dans ses campagnes d'emailing.



Je lis l'article

Je m'inscris



## T

### Taux d'ouverture

Le taux d'ouverture est une métrique utilisée pour **mesurer le pourcentage d'emails** d'une campagne qui **ont été effectivement ouverts** par les destinataire et donc d'analyser la **performance de votre objet**.

$$\frac{\text{Nb d'ouverture}}{\text{Nb d'emails remis avec succès} - \text{Nb de rebonds}} \times 100$$

### Taux de clics

Le **taux de clic ou CTR** (Click-Through Rate) est une métrique utilisée pour **mesurer le pourcentage de destinataires** d'un email marketing qui ont **cliqué sur au moins un lien** inclus dans le message.

$$\frac{\text{Nb de clics uniques sur les liens}}{\text{Nb d'emails remis avec succès} - \text{Nb de rebonds}} \times 100$$

### Taux de désabonnement

Le **taux de désabonnement** mesure le **pourcentage d'abonnés** qui choisissent de **se désinscrire** ou de ne plus recevoir de **communications marketing** de la part d'un expéditeur.

$$\frac{\text{Nb de désabonnements}}{\text{Nb d'emails remis avec succès}} \times 100$$

### Template

Un **template** est un **modèle préconçu et structuré** servant de **base pour la création de contenus** visuels tels que des emails, des pages web, des annonces, etc.



### T

---

#### Tracking

Le **tracking** c'est la **surveillance, la collecte et l'analyse des données** sur le comportement des utilisateurs, des interactions et des performances des campagnes.

### U

---

#### UTM

Les **UTM** ou **Urchin Tracking Module** sont des **balises ajoutées aux URLs** pour permettre le **suivi et l'analyse détaillée des sources de trafic** et des performances des campagnes marketing.

Exemple :

```
www.site.com/page?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=soldes&utm_term=bague&utm_content=variant_A
```

### W

---

#### Workflow

Un **workflow** ou flux de travail désigne la **séquence organisée et automatisée des étapes** nécessaires pour **accomplir une tâche** ou un processus spécifique au sein d'une organisation.

# Digitaleo, la plateforme qui simplifie le marketing local



Presence Management



Store Locator

Avis Clients



Réseaux Sociaux

Campagnes sponsorisées



Marketing Direct

Print & Goodies

Digital Asset Management

+ une  gence marketing interne

# Digitaleo

[www.digitaleo.fr](http://www.digitaleo.fr)