



## FICHE SAVOIR MARKETING

### Définir sa stratégie digitale

Retrouvez toutes les fiches en intégralité avec les liens actifs



## ► Cartographier l'espace internet

### La typologie des lieux du web

Internet doit être abordé comme un espace virtuel composé de lieux que l'on peut comparer à des lieux physiques.

<b>Lieux virtuels</b>	Correspondance lieux physiques
<b>Sites marchands</b>	Unités commerciales physiques
<b>Blogs</b>	Lieux d'informations thématiques
<b>Les réseaux sociaux</b>	Cafés, bars et restaurants où l'on retrouve ses amis ou collègues pour échanger
<b>Les moteurs de recherche et les annuaires</b>	Points informations, les « guides touristiques du web »
<b>Les plateformes de contenus et services</b>	Places de marchés où l'on trouve des vendeurs et des acheteurs mais aussi des touristes et badauds. Ce sont de véritables carrefours d'audience (ex.: Ebay, Amazon, Blablacar, Tripadvisor, Google Play, etc.)
<b>Les forums</b>	Lieux d'échanges généralistes ou thématiques sur lequel les internautes viennent s'informer et où ils peuvent interagir entre eux. Les forums sont gérés par des administrateurs qui ont un rôle de régulateur et /ou d'animateur.

## ► Les voies d'accès

Une fois les lieux identifiés, il est nécessaire de s'interroger sur les voies d'accès à ces lieux, autrement dit: « **Quel(s) est(sont) le(s) chemin(s) emprunté(s) par l'internaute pour visiter tel ou tel type de lieu** ».

Les outils d'analyse du trafic web évoqués dans la fiche outils vous seront indispensables pour identifier ces voies d'accès et positionner au mieux vos « panneaux de signalisation » (mots clés pour le référencement, display, affiliation...).

## ► Identifier le comportement du consommateur sur le web

Lieux	Besoins/motivations/Actions
<b>Sites marchands</b>	Consommations
<b>Blogs</b>	Informations/Productions/Échanges
<b>Réseaux sociaux</b>	Communications/Échanges/Production
<b>Moteurs de recherche/annuaires</b>	Informations
<b>Plateformes de contenus et services</b>	Informations/Consommation/Participation/Collaboration
<b>Forums</b>	Informations/Conseils/Participation

### 4 catégories de motivations:

- la recherche de **consommation marchande ou non marchande** (économie du partage, collaborative);
- la recherche d'**informations** grâce à la rapidité et à l'immédiateté d'accès;
- la recherche de **relations sociales** par notre vie virtuelle sur les réseaux sociaux, blogs, forums et plateforme de contenus et services;
- la recherche de **réalisation de soi** à travers la production et la participation (blogs, plateforme de contenus, réseaux sociaux).