

GLOSSAIRE

Buzz - phénomène ou une technique de communication qui consiste à faire parler d'un produit ou d'un service avant même son lancement en entretenant un bouche à oreille savamment orchestré et des actions ciblées auprès des leaders d'opinions (journalistes, blogueurs, etc.).

Identité numérique – c'est ce que vous commentez, publiez et montrez de vous volontairement. Vous êtes à l'origine de ces informations et pouvez les maîtriser.

E-réputation – c'est ce que les autres disent et publient sur vous. A la différence de l'identité numérique, vous ne pouvez pas la maîtriser directement. En construisant sa e-réputation il est important d'être prêts à interagir directement avec les internautes, mais aussi d'être prêt à un certain niveau de critique.

Weblog, blog / Blog, Blogue, Carnet: Page perso mis à jour régulièrement sous forme d'actualités datées, signées avec possibilité d'ajouter un commentaire pour les visiteurs. C'est une sorte de journal de bord qui va de la confession intime à une analyse de l'actualité. Les articles sont présentés par ordre déchronologique.

Stratégie digitale - Il s'agit d'une stratégie qui utilise les nouvelles technologies de l'information et de la communication (les fameuses NTIC, c'est-à-dire tout ce qui relève du Web), au service d'une organisation. La stratégie digitale est l'ensemble des éléments nécessaires dans un temps donné pour atteindre un/des objectif(s), compte tenues des contraintes de l'entreprise (moyens financiers, humains, techniques, juridiques...). La stratégie digitale fait partie de la stratégie générale de l'organisation.

Reseau social - Des espaces de partage qui se distinguent par leur utilité (personnel, professionnel, rencontres...), leur logo et leurs audiences. Les principaux réseaux sociaux sont : Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Snapchat, Copains d'avant, Viadeo ou encore MySpace.

Public cible - Public visé par une politique de communication. On distingue la cible générale (ensemble de la cible de communication) et le cœur de cible, sous-ensemble qu'il faut impérativement bien toucher.

Guest blogging - Pratique répandue outre-Atlantique qui signifie "Bloguer en tant qu'invité". La blogosphère francophone commence à la pratiquer de plus en plus. Comme son nom l'indique le principe consiste à écrire un article pour un blog qui n'est pas le sien. Cela comporte des avantages aussi bien pour le blogueur qui accueille que pour l'intervenant qui vient bloguer.

Veille médiatique - La veille média ou veille médiatique est un dispositif permanent de surveillance des médias. La veille média est généralement utilisée pour surveiller et analyser les citations et articles consacrés à l'entreprise et ses marques ou produits, ainsi que ceux relatifs aux entreprises et marques concurrentes.

Follower - Les followers, ou « suiveurs », sont des internautes qui suivent votre profil et/ou vos actualités sur internet. En général, le terme follower est utilisé sur le réseau social Twitter, représentant une personne abonnée à votre compte.

Twitter - Poster un Tweet sur le site de microblogage Twitter.

« J'aime » - Le fait de cliquer sur « J'aime » sous une publication sur Facebook permet aisément de faire savoir que vous appréciez cette publication, sans avoir à laisser de commentaire. Tout comme un commentaire, la mention J'aime s'affiche sous la publication.

Hashtag - Vient de l'anglais " hash " signifiant " dièse ", et " tag " signifiant " mot ". Désigne un mot-clé préfixé par le sigle # (dièse). S'emploie exclusivement sur support électronique, sur réseaux sociaux.

Edgerank - c'est l'algorithme utilisé par Facebook pour gérer l'affichage des publications d'un individu ou d'une entreprise sur les fils d'actualités de ses amis ou fans. Lorsqu'une publication est faite par un individu ou lorsqu'une marque souhaite s'adresser à ses fans, on estime généralement que seulement moins de 10% des amis ou fans de la marque verront cette publication sur leur fil d'actualités. C'est l'Edgerank de Facebook qui conditionne sur quels fils de la sphère social de l'émetteur la publication sera affichée. L'algorithme de Facebook utilise le degré d'interaction habituel entre la marque et les fans, la nature de la publication et le temps écoulé entre la publication et le moment où un fan consulte son fil d'actualité.

Avatar - désigne la représentation informatique d'un internaute, que ce soit sous forme 2D, (sur les forums et dans les logiciels de messagerie) ou sous forme 3D (dans les jeux vidéo, par exemple). Le terme avatar peut également référer à la personnalité en rapport avec le nom d'écran d'un internaute.

Lead - générer des leads via Facebook, c'est à dire de convertir les visiteurs en clients.

BtoB - « business to business », désigne l'activité inter-entreprises, c'est à dire les activités pour lesquelles les clients et prospects sont des entreprises. Par nature mal connue du grand public et parfois des étudiants marketing, l'activité B2B représente cependant des volumes d'affaires très nettement supérieurs à ceux de l'activité commerciale s'adressant au consommateur final.

BtoC - « business to consumer » désigne les activités sur internet ayant pour cible un client consommateur qui n'est pas une entreprise.

SEO - l'acronyme de Search Engine Optimization 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. Si possible, la position obtenue doit être en première page, car lors de la majeure partie des requêtes, c'est la seule page consultée. En français, le SEO est désigné par le terme de référencement naturel.

Charte éditoriale - c'est web document de référence pour la production de contenu web destinée à la communication d'une organisation. Grâce à la charte éditoriale web, chaque communicant de l'entreprise sait ce qu'il doit faire.

Tag - Etiquettes choisies et attribuées librement par les internautes, ce sont des mots clés qui permettent de définir, classer puis rechercher des documents, des favoris, des images.

Web 2.0 - nouvelle génération des applications web. Une génération qui offre des outils pour partager de l'information sur le net d'une façon à la fois communautaire et personnalisée. Là où l'internaute était passif et statique avec le Web 1.0, il est devenu actif, participatif et socialisant avec ce Web 2.0. L'internaute crée du contenu, le partage, l'organise, le personnalise.

Wiki/ Wiki - sont des sites web dynamiques dont tout visiteur peut éditer et modifier de façon simple et rapide n'importe laquelle de ses pages. Créé en 1995 par Ward Cunningham, le Wiki tire son nom du mot hawaïen "WikiWiki", qui signifie "vite". Aujourd'hui utilisé par des communautés professionnelles ou non, pour collaborer sur des projets collectifs.