

YANN GOURVENNEC

HUBERT KRATIOFF

LE GLOSSAIRE DU DIGITAL



2024

ANNEXE EN LIGNE DU
LE MARKETING DU DIGITAL
DE @ À Z



POUR TOUT
COMPRENDRE
AU JARGON DU
NUMÉRIQUE

● Éditions
EYROLLES

SOMMAIRE

1 À 9999

10i (Intelligence, Inspiration, Interaction, Intégration, Individualisation, Inclusion, Implication, Influence, Innovation, Imagination).....12

1st (first) party data12

2FA.....12

2nd PRICE AUCTION/Enchère de Vickrey ou enchère au second prix12

3RD PARTY DATA12

404 (Erreur 404 - trafic perdu).....12

42 (Réponse universelle - Douglas Adams et école).13

4C (Client, Coût, Commodité, Communication).....13

4IR (4e révolution industrielle - WEF)13

4P (Produit, Prix, Promotion, Place).....13

4P/7P/5E/6S/4C/10i (Différents Mix des années 60, 80, 95 - MoMaMa ou M3 en 2017) 14

5E (Expérience, Échange, Émotion, Engage-

ment, Everyplace)14

6S (Segmentation, Satisfaction, Stratégie, Système, Satisfaction, Soutien).....14

7P (Les 4P + Personnes, Processus, Preuve physique)14

A

A16Z14

AAA (Average active sessions).....14

AAID (Android Advertising IDentity)/Google Advertiser ID (GAID).....15

AARRR (Acquisition, Activation, Retention, Revenue, Referral).....15

ABM (Account Based Marketing).....15

Above the fold16

ABT (AB testing)16

Achat programmatique.....16

Acquisition de trafic16

ACSEL (Association pour le commerce et les services en ligne)16

Active User/Utilisateur actif17

AD EXCHANGE17

ADAN17

ADNETWORKS17

AdTech (Advertising Technology).....17

ADX GoogleAds ou DoubleClick18

AFEST (Action de Formation en Situation de Travail)18

AGI/Artificial General Intelligence.....	18	Balises META (ou métabalises)	26
Agilité	18	BANT formule	27
AI (Artificial Intelligence).....	19	BAT(X).....	27
AI-CD β (Artificial Intelligence Creative Director)	19	BAU	27
AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)	19	BI/Business Intelligence.....	27
AirDrop.....	20	Biface (plateforme)	28
AltCoin	20	Big Tech	28
AMA (Ask Me Anything)	20	Bitcoin.....	28
AMP (Accelerated Mobile Pages de Google)	20	Blockchain	28
Analytics/Analytique	20	BMC Business Model Canvas	29
API (Application programming interface)	20	BNPL	29
APP (Application)	21	Bootcamp	29
AR (Augmented Reality)	21	Bounce Rate /	29
ARPU (Average revenue per user).....	21	BR (Bounce Rate)/Taux de rebond	29
ARR (Average Recurring Revenue).....	22	Brand Equity.....	30
Artificial Virality	22	Buyer Persona	30
ASF (Apache Software Foundation).....	22	BYD.....	30
ASIC.....	22		
ASO (App Store Optimization)	22	C	
ASP (Application Service Provider)	23	CAC (Customer Acquisition Cost).....	30
Assurtech (cf. Insurtech)	23	CAC (Cyberspace Administration of China)	30
AtAwAd (Anytime Anywhere Anydevice)	23	LTV.....	30
AtAwAdAc (AtAwAd + AnyContent)	23	Call to Action (CTA).....	30
ATF (Above the Fold)	24	Campagne	31
ATL (Above the Line).....	24	CBDC	31
Attention	24	Centaure	31
Attribution (dont attribution au dernier clic).....	25	CES (Customer Effort Score)	31
Audience interaction	25	Chatbot.....	31
Audit.....	25	Churn ou taux d'attrition ou abandonniste	32
Audit de référencement	25	CivicTech/GovTech	32
Audit technique et ergonomique	25	Click-Through Page	32
Automation.....	25	Click-Through Rate (CTR)/Taux de clic (CTR)	32
AWD (Adaptive Web Design)/RWD responsive	26	Clics (nombre de...)	32
Web design	26	CLTV= Customer lifetime value	32
		CMI (Communication Marketing intégrée : IMC)	32
B		CMS (Content Management System).....	33
BA.....	26	CMS e-commerce	33
Backlink.	26		

Cobotic	33	DeSo	39
Cold call/Cold mail	33	Digital Signage	39
Content	33	Digital Workplace :	39
Content Marketing	33	Disruption	40
Contribution	33	DL Digital Learning/Apprentissage Numérique.....	40
Conversion	34	DM direct message ou mail/Message Direct	40
Conversion Rate/Taux de conversion.....	34	DMA Digital Markets Act	41
Conversion Rate Optimization (CRO)/Optimisation du taux de conversion (CRO) ..	34	Voir DSA	41
Cookie	34	DMP (Plateforme de Gestion de Données)	41
Cookie Sync/Cookie Matching	34	DN/DV (Distribution Numérique/Distribution Valeur)	42
Cookie tiers	35	DNS (Système de Noms de Domaine)	42
Copywriting/Rédaction	35	DNVB Digital Native Vertical Brands/Marque Verticale Numérique Native.....	42
Core Web Vitals	35	DSA Digital Services Act	42
CPA (Coût par Action ou Acquisition ou Achat).....	36	DSP/Demand Side Platform	43
CPC (Coût par Clic)	36	Dynamic Creative Optimization	43
CPM (Coût par Mille).....	36	DYOR	43
CR (Conversion Rate ou Taux de Conversion)	36		
CRO (Conversion Rate Optimisation)	36	E	
Cryptomonnaie	37	Edge Computing	43
CSAT (Customer Satisfaction Score).....	37	EdTech/Technologie éducative	43
CTR (Click Through Rate)	37	Email Marketing	44
Curation	37	Empathie	44
Customer Data Platform (CDP)	37	Engagement	44
CX ou Expérience client.....	38	Engagement marketing	44
CXM (Customer Experience Management)	38	ESG/Environnement, Social, Gouvernance	44
Cycle de vente	38	ESN (Entreprise de Services du Numérique)	44
D		ESN, Enterprise Social Networking/Réseau Social d'Entreprise	44
DAM	38	ESP Email Service Provider/Fournisseur de Services de Messagerie Électronique	45
DAO	38	ET (Trafic de Sortie).....	45
DApp	39	ETF Exchange Traded Fund.....	45
Data visualization	39	ETH (Ether).	45
Deck (pitch)	39	Ethereum	45
Deep Tech	39	ETL (Extract Transform Load)	45
Deep web/Dark web	39		
DeFi / Finance décentralisée.....	39		
DEM Digital Experience Management/Gestion de l'Expérience Digitale	39		

Exact Match Domaine EMD46
 Expérience collaborateur46
 EXTENSION D'AUDIENCE46

F

Fatigue des décisions46
 Fiat46
 FinTech46
 FLoC Federated Learning of Cohorts.....46
 FOMO/Fear of Missing Out.47
 Fork47
 FPD SPD TPD party data47
 FrenchTech47
 Friction47
 FUD48
 Funnel/entonnoir48
 Future of work48

G

Gartner48
 GenAI.....48
 Générations48
 Baby Boomers49
 Génération X49
 Génération Y (Millennials)49
 Génération Z (Digital Natives, GenC)50
 Géo-Fencing50
 GESTE (Groupement des Éditeurs de Contenus et Services en Ligne)50
 GIGO (Garbage In Garbage Out).....51
 GIT (Système de Gestion de Version)51
 GO (Langage de Programmation de Google) 51
 GO Roadmap Goal Oriented Roadmap/Planification Orientée vers les Objectifs.....51
 GP (Associé Général)51
 GPT52
 Green Tech.52
 Growth52
 Growth Hacker/Pirate de la croissance .52
 Growth hacking52

GRP Gross Rating Point52
 Gwei52

H

H1, H2, H3...52
 H1 (Heading 1 ou titre 1)53
 H2 (Heading 2 ou titre 2)53
 H3 (Heading 3 ou titre 3)53
 H4, H5, H6 (et ainsi de suite)53
 Hash53
 Hash Rate53
 Holacracy54
 HTML (Langage de Balisage Hypertexte)54
 HTTP (Protocole de Transfert Hypertexte)54
 HTTPS (Protocole de Transfert Hypertexte Sécurisé)54
 Hybrid Work54

I

IA (Intelligence Artificielle)54
 IAB (Bureau de la Publicité Interactive)..54
 ICANN (Corporation pour l'Attribution des Noms de Domaine et des Numéros sur Internet)55
 ICO (Offre Initiale de Jetons).....55
 ICP Ideal Customer Profile55
 Identifier by Advertiser (IDFA).....55
 IHM (Interaction Homme-Machine).....56
 IIOT56
 IMAP (Protocole d'Accès aux Messages Internet)56
 Impressions56
 InApp.....56
 Inbound56
 Incubateur/Accélérateur57
 Inherent Virality ou buzz57
 InStream57
 Interopérabilité57
 Interruption57
 IOB57
 IOT57

IP	58	Lead nurturing/maturation de prospects	62
IPFS	58	Lead scoring	63
IPI	58	Leads.....	63
IPM	58	Lean	63
IPO	58	LeWagon	63
IPTV	58	Licorne	63
IRL	59	Lightning Network	63
ISP	59	LLM large language model.....	64
ISSB International Sustainability Standards Board	59	LMS.....	64
		Loi de Moore	64
		Long Tail	64
		Long Tail Keywords/Mots clés de la Longue Traîne	64
		LP Limited Partner	64
		LTV Lifetime Value ou Customer Lifetime Value	64

J**K****L**

JOMO/Joy Of Missing Out	59
JS	60
JSON	60
Jumeau numérique.....	60
Keyword/Mot clé	60
Keyword Research/Recherche par mots clés	60
KHOL.....	60
KOL Key Opinion Leader	60
KPI Key Performance Indicator/Indicateurs	61
Clé de Performance.....	61
KYC Know your customer	61

LAB126	61
LAMP	61
Landing Page/Page d'accueil	61
Landing Page Design/Conception de la page d'accueil	62
Landing Page Element/Élément de la page d'accueil	62
Landing Page Headline/Titre de la page d'accueil	62
Landing Page Optimization/Optimisation de la page d'accueil	62
Lead Generation/Génération de prospects	62

M

M3.....	65
Magnificent 7	65
MAP Marketing Automation Platform.....	65
MAQL.....	65
MarCom	65
Marketing.....	66
Marketing automation	66
Marketing de conversion	66
Marketing Funnel/Entonnoir de marketing	66
Marketplace	66
MarTech	66
MAU	66
MCA	67
McKinsey	67
MDAZ.....	67
Medtech (Technologies Médicales)	67
Mesures de notoriété : reach, VU, Followers et Engagement	67
Reach (Rayonnement, Portée).....	67
VU (Visiteur Unique)	67
Followers (abonnés médias sociaux)	68
Engagement	68

Métavers	68	NFT Drop mint	75
MFD	68	NLP	75
MICA (Market In Crypto Assets).....	68	NoCode	75
Mint	68	North Star Metric/étoile polaire	75
MIS Management Information System...68		NPD	75
ML.....	69	NPS (Net promoteur score).....	75
MLM.....	69	Nudge	76
MMM.....	69		
MNBC	69	Q	
MNO	69	OCR	76
Modèles économiques de la publicité en		OEM.....	76
ligne.	70	OKR	76
Impression : nombre de fois où une publici-		Omnicanal	76
té s’affiche.....	70	OMS (Order Management System)	77
MOFU	70	ONBOARDING	77
MoMaMa (Modèle Marketing des Marques)		OOO Out of Office.....	77
ou M3 (Modèle de Marketing en Mutation)70		OOTD Outfit of the Day.....	77
MOOC Massive Open Online Course.....	71	OPA.....	77
Mot clé/keyword.....	71	OpenUSD	77
Moteur de recherche	71	Opt-in	77
MQL (Marketing Qualified Lead)/SQL (Sales		Oracle.....	78
Qualified Lead)	71	OS.....	78
MR (réalité mixte)	71	OSint/Intelligence open source.....	78
MRM	71	OSS.....	78
MRR.....	72	Outils collaboratifs	78
MSP	72		
MtoM	72	P	
MVNO	72	P2P Peer-to-peer	79
MVP Minimum Viable Product	73	PaaS Platform as a Service	79
MVT	73	Page de confirmation	79
		PageRank.....	79
N		Parcours client/Customer journey	79
Native advertising	73	PDM (Part de Marché).....	80
NATU	74	Peer to peer	80
Navigateur	74	Permission Marketing/Marketing de permis-	
NBC Net Brand Contribution	74	sion	80
NBIC	74	PESO ou POEMS	80
Neet.....	74	PHP	81
Net Zero/Carbon Neutral	74	PIM (Product Information Management)81	
Netneutrality	74	Pipeline/Pipe.....	81
Next40	75	PKI Public Key Infrastructure.....	81

Plateformisation	81
PLG (Product-Led Growth)	82
PM	82
Podcast	82
PPC.....	82
PPL.....	82
PPV.....	82
PR relations publiques.....	82
Pré-roll.....	83
PRM/Prospect Relationship Management	83
Product owner (PO).....	83
PROGRAMMATIQUE/ACHAT PROGRAMMA-	
TIQUE	83
Prompt	83
Proof of.....	83
PWA.....	84

Q

QR code.....	84
Quick commerce	84

R

R&D	84
RAM	84
Reach	85
Red Pill	85
Red Team	85
Remarketing	85
Responsive Design	85
Retail Media	85
Retargeting	86
RFP (DEMANDE DE PROPOSITION).....	86
RGPD	86
RLSA.....	86
ROAS (Return on Ad Spend).....	87
ROI Return on Investment	87
ROMI (Return on MarCom Investment) ..	87
RSS	87
RTB/Real-Time Bidding	87

S

SaaS (Software as a Service).....	88
SAIO (Search Artificial intelligence optimisa-	
tion).....	88
Sales automation	88
Sales Funnel	88
Satoshi	88
SCRUM	88
Scrum master	89
SDK.....	89
SEARCH	89
Segmentation.....	89
SEO Search Engine Optimization	89
SERP Search Engine Results Page	89
Session ou Visite.....	90
SGE (Search Generative Experience)	90
Signature numérique	90
SLA (Service Level Agreement)	90
Smart Contract	90
SMM Social Media Marketing	91
SMS	91
SMS Marketing	91
SMTP	91
SOA Service-Oriented Architecture	91
SOAP Simple Object Access Protocol	92
Social Selling	92
SOV (Share of Voice	92
SPAC (Special Purpose Acquisition	
Company)	92
SQL.....	92
SSL	92
SSO.....	92
SSP/Supply Side Platform	93
Stablecoin	93
Stack	93
Start-up.....	93
StationF.....	93
Storytelling	93
SXO.....	93
SXSW (South by Southwest)	94

T

TCO (Total Cost of Ownership)94
 Testimonials/Témoignages94
 TikTok94
 Token94
 TRADING DESK94

U

Uberisation94
 UGC IGC EGC...94
 UI User Interface95
 Unique Value Proposition (UVP)95
 URL (Uniform Resource Location)95
 URL TRANSPARENTE95
 Use-case95
 User Story95
 UX (User Experience)95

V

VC Venture Capital/Capital-risque.....96
 VOC (Voice of Customer)96
 VPN (Virtual Private Network).....96
 VR Virtual Reality/Réalité Virtuelle96
 VU/Visiteur unique97
 VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity)97

VWXYZ

Wallet97
 WeAreSocial97
 WEB397
 Webinaire98
 WYSIWYG (What you See is What you Get)98
 XML (Extensible Markup Language).....98
 XR Extended Reality.....98
 YC (Y Combinator)98
 ZK PROOF (Zero-Knowledge Proof)98
 ZMOT (Zero Moment of Truth)98

Le glossaire du marketing digital

Toute spécialité a son jargon, et nous comprenons à quel point il peut être difficile de se repérer dans les méandres du digital, discipline championne du monde du «buzzword».

C'est pour cela que nous avons conçu ce glossaire.

Vous le retrouverez en ligne à l'adresse vismktg.info/glosr.

Au moment où nous bouclons la relecture du Marketing digital de @ à Z, nous décomptons 481 termes et acronymes définis. Ce glossaire continuera à s'étoffer au fur et à mesure de l'avancée de nos travaux en marketing numérique.

Au cas, bien probable, où il manquerait une abréviation ou un vocable qui vous semble important, ou qu'une précision ferait défaut ou mériterait d'être corrigée, faites-le nous savoir en nous contactant par les médias sociaux.

Ce contenu est mis à disposition des lecteurs sous une licence « creative commons », n'hésitez pas à le partager en citant sa source.

PAR
HUBERT KRATIROFF

TECHNO-ÉVANGÉLISTE
@KRATIROFF



&
YANN GOURVENNEC

VISIONARY MARKETING
@YGOURVEN



1 À 9999

10i (Intelligence, Inspiration, Interaction, Intégration, Individualisation, Inclusion, Implication, Influence, Innovation, Imagination)

Le modèle des 10i, apparu en 2017, met l'accent sur une approche centrée sur le client et intègre des éléments tels que l'intelligence (collecte et utilisation de données), l'inspiration, l'interaction, l'intégration de canaux, l'individualisation des offres, l'inclusion, l'implication des clients, l'influence, l'innovation et l'imagination.

1st (first) party data

données primaires identifiées comme provenant d'un éditeur ou d'un annonceur, utile pour différencier les cookies autorisés des autres.

2FA

2FA est un procédé d'authentification à deux facteurs, aussi appelé double authentification.

La méthode consiste à utiliser une application sur smartphone qui augmente considérablement la sécurité de l'accès à une plateforme, un échange ou un site privé par exemple.

Le principe est que cette application donne des nombres assez longs, qui changent toutes les trente ou soixante secondes et qu'il faut saisir après avoir entré son mot de passe pour avoir

accès au site ou plus simplement qui demande une vérification via une APP à reconnaissance faciale

2nd PRICE AUCTION/Enchère de Vickrey ou enchère au second prix

Type d'enchères à plis fermés où le lot est attribué au plus offrant, mais au prix donné par le deuxième plus offrant. Par exemple votre enchère est de 6 euros, vous gagnez, mais vous ne payez que 1 centime de plus que le deuxième enchérisseur soit par exemple 3.01 euros.

3RD PARTY DATA

Données tierces généralement collectées et agrégées par des acteurs spécialisés (retargeter, DMP, data provider...), utiles pour différencier les cookies souvent interdits par les navigateurs avancés en respect de la vie privée avec le cookieless avant l'arrivée de la cookie apocalypse

404 (Erreur 404 - trafic perdu)

L'erreur 404 est un code d'erreur HTTP qui indique que la page demandée par l'utilisateur n'a pas été trouvée sur le serveur, souvent associée à l'expression "Page not found" ou "Not Found". Cette erreur peut survenir lorsque l'utilisateur clique sur un lien obsolète, tape une URL incorrecte ou lorsque la page a été supprimée ou déplacée. Pour les moteurs d'indexation, c'est un mauvais signal envoyé tout comme pour le visiteur

42 (Réponse universelle - Douglas Adams et école).

Le nombre 42 est devenu célèbre grâce au roman “The Hitchhiker’s Guide to the Galaxy” de Douglas Adams. Dans ce livre, l’auteur déclare que le nombre 42 est la réponse à la question fondamentale de la vie, de l’univers et de tout. Cette référence est devenue un symbole pour représenter les questions existentielles complexes auxquelles il est difficile de trouver une réponse définitive. Par ailleurs, 42 est également associé à l’école 42, une institution d’enseignement de l’informatique basée sur le modèle de l’éducation ouverte et pair à pair. L’école 42 offre un environnement d’apprentissage pratique axé sur les projets, où les étudiants sont encouragés à résoudre des problèmes de programmation et à collaborer pour acquérir des compétences en informatique. Fondée avec brio par Xavier Niel ainsi que la Station F (plus gros incubateur du monde)

4C (Client, Coût, Commodité, Communication).

Nouveau marketing mix, nouveau paradigme renversé : le modèle des 4C propose une inversion de perspective, mettant l’accent sur les besoins et les préférences du client (plutôt que sur le produit), le coût pour le client, la commodité d’achat et la communication personnalisée. Remplace aisément les 4P de McCarthy de 1961.

4IR (4e révolution industrielle - WEF)

La 4IR, ou 4e révolution industrielle, fait référence à la convergence des technologies numériques, physiques et biologiques qui transforme les industries et la société dans son ensemble. Ce concept a été introduit par le Forum économique mondial (WEF, site weforum.org) pour décrire les changements profonds et rapides induits par des avancées telles que l’intelligence artificielle, l’Internet des objets, la robotique, la réalité virtuelle et augmentée, la biotechnologie, l’impression 3D, et bien d’autres.

La 4IR offre de nouvelles opportunités, mais pose également des défis en termes d’emploi, d’éthique, de sécurité des données et de disparités socio-économiques. Pour rester compétitifs, les gouvernements, les entreprises et les individus doivent s’adapter et exploiter les opportunités offertes par cette révolution technologique. Pour d’autres, Jeremy Rifkin par exemple, nous vivons la 3e révolution industrielle. Peu importe, il y a une révolution.

4P (Produit, Prix, Promotion, Place)

Le modèle des 4P, popularisé dans les années 1960 par McCarthy, met l’accent sur la gestion du mix marketing, en se concentrant sur le produit, son prix, la promotion et la distribution (place en anglais). Très limitatif et en tout cas obsolète, car non adapté au positionnement, au digital, à l’expérience, à la data...

4P/7P/5E/6S/4C/10i (Différents Mix des années 60, 80, 95 - MoMaMa ou M3 en 2017)

Ces acronymes font référence à différents modèles de mix marketing qui ont évolué au fil du temps pour répondre aux changements dans l'environnement commercial et aux attentes des consommateurs.

Chacun de ces modèles propose une approche spécifique pour concevoir et mettre en œuvre des stratégies de marketing.

Vous avez sous les yeux la brochette de 1960 à 2017 !

5E (Expérience, Échange, Émotion, Engagement, Everyplace)

Le modèle de mix marketing des 5E met davantage l'accent sur l'expérience client en mettant en avant l'importance de créer des émotions positives et de favoriser l'engagement à travers tous les points de contact entre l'entreprise et les clients.

6S (Segmentation, Satisfaction, Stratégie, Système, Satisfaction, Soutien)

Le modèle de mix marketing des 6S met l'accent sur la segmentation du marché pour mieux cibler les consommateurs, ainsi que sur la satisfaction client, la stratégie marketing, le système de marketing, la satisfaction des employés et le soutien marketing.

7P (Les 4P + Personnes, Processus, Preuve physique)

Le modèle de mix marketing des 7P ajoute trois éléments supplémentaires aux 4P d'origine. Il inclut la dimension humaine en considérant les personnes impliquées dans le processus de marketing, les processus internes de l'entreprise et les éléments tangibles ou preuves physiques qui renforcent la crédibilité de l'offre.



A16Z

Société de capital-risque fondée par Marc Andreessen et Ben Horowitz, renommée dans la Silicon Valley spécialisée dans le WEB3. Inventeur du concept « Software is eating the world » ses 2 fondateurs sont célèbres pour leurs réussites (Netscape, Opsware).

A16Z (car il y a 16 lettres dans le nom) pèse lourd sur le WEB3 et fait peser un certain risque sur l'écosystème censé être open.

A16Z a investi dans des entreprises technologiques de premier plan comme Airbnb, Stripe, WeWork, Opensea.

AAA (Average active sessions)

Mesure statistique utilisée pour évaluer le nombre moyen de sessions actives simultanément sur un site Web, un serveur ou une application. Cette mesure est importante pour évaluer les performances et la capacité d'un

système à gérer un nombre donné de sessions en temps réel. Par exemple, dans le contexte d'un site Web ou d'une application mobile, les AAA peuvent fournir des informations sur la charge de trafic, l'expérience utilisateur et les capacités de scalabilité du système. Important pour supporter des augmentations de charges ou les attaques en déni de service

AAID (Android Advertising IDentity)/ Google Advertiser ID (GAID)

identifiant unique attribué à chaque appareil Android, utilisé par les annonceurs et les développeurs d'applications pour cibler les utilisateurs avec des publicités personnalisées. Peu respectueux de la vie privée, l'AAID permet aux annonceurs de suivre et d'analyser le comportement des utilisateurs, de personnaliser les publicités en fonction de leurs intérêts et de mesurer l'efficacité des campagnes publicitaires. Il est important de noter que les utilisateurs ont la possibilité de réinitialiser cet identifiant ou de le désactiver dans les paramètres de leur appareil, ce qui leur donne un certain contrôle sur la collecte de leurs données publicitaires. Version propriétaire par Google : Google Advertiser ID (GAID) qui fait la même chose

AARRR (Acquisition, Activation, Retention, Revenue, Referral)

AARRR est un acronyme représentant les différentes étapes d'un modèle d'analyse de croissance souvent utilisé dans le domaine du marketing et des start-ups. Chaque lettre de l'acronyme correspond à une étape spécifique

du processus de croissance d'une entreprise.

Acquisition (acquisition de nouveaux clients/utilisateurs) : Faire en sorte que les clients s'inscrivent ou fassent la première action significative que vous voulez qu'ils fassent après avoir atterri sur votre site Web (ou dans votre magasin !). L'acquisition est l'objectif ultime du marketing de conversion.

- Activation (incitation des utilisateurs à s'engager avec le produit/service),
- Rétention (fidélisation des clients/utilisateurs existants) : fréquence à laquelle vos utilisateurs reviennent à votre application sur une période donnée. Que faites-vous pour vous assurer que les gens continuent à revenir à votre produit ?
- Revenu (génération de revenus)
- Referral (encouragement des utilisateurs à recommander le produit/service à d'autres personnes).

Ce modèle permet aux entreprises d'évaluer et d'optimiser leurs performances à chaque étape du cycle de vie des clients/utilisateurs, en se concentrant sur des objectifs clés tels que l'acquisition de clients, la rétention, les revenus et la croissance organique par le biais de recommandations et parrainages.

Parfois un A supplémentaire est ajouté au début pour Awareness, le modèle devient AAARRR

ABM (Account Based Marketing)

Techniques de marketing one-to-one adaptées à l'univers B2B et appliquées à des comptes stratégiques. Ces programmes reposent le

plus souvent sur des plateformes de marketing automation. Si les leads sont souvent moins nombreux, ils sont plus qualifiés. Voir Account Based Marketing.

Above the fold

Littéralement au-dessus du pli. La partie supérieure d'une page Web qui est visible sans défilement. Le contenu qui se trouve au-dessus du pli est celui que vos prospects verront lorsqu'ils arriveront sur votre landing page. Si ce n'est pas pertinent, ils risquent de rebondir.

ABT (AB testing)

Une étude de marketing où deux variantes d'une page Web, d'une publicité, d'un email ou d'un autre contenu en ligne sont mises en concurrence pour déterminer laquelle produit le taux de conversion le plus élevé. Le test A/B est la clé de l'optimisation de votre campagne marketing. Certains logiciels réalisent le test seul sur les premières heures et choisissent la bonne version automatiquement dès que les statistiques sont probantes.

L'AB testing permet aux entreprises d'identifier les éléments les plus efficaces et de prendre des décisions éclairées pour améliorer continuellement leurs performances.

Achat programmatique

Les annonceurs n'ont plus besoin de rencontrer les éditeurs pour acheter de l'espace publicitaire, cela se fait automatiquement par une place de marché (AD EXCHANGE) où se rencontrent l'offre (SSP : Supply Side Plat-

form) et la demande (DSP: Demand Side Platform), et les transactions publicitaires sont automatisées.

Le principe du Real-Time Bidding (RTB) consiste à proposer son inventaire publicitaire sur la SSP qui se connecte à la DSP. Lorsque le profil de l'internaute visitant l'espace éditorial correspond à la recherche d'une DSP, la mise en relation se fait avec un mode de commercialisation aux enchères.

Acquisition de trafic

Processus consistant à attirer des visiteurs, souvent désignés par le terme "trafic", sur un site Web ou une APP. Sous la responsabilité du Traffic Manager

notre stratégie d'acquisition consiste principalement à cibler les personnes qui ont récemment acheté une voiture électrique

ACSEL (Association pour le commerce et les services en ligne)

L'ACSEL est une association qui regroupe des acteurs du commerce et des services en ligne. Son objectif est de promouvoir le développement et l'adoption des nouvelles technologies dans le domaine du commerce électronique et des services en ligne. L'ACSEL joue un rôle clé dans la représentation des intérêts du secteur numérique, en collaborant avec les pouvoirs publics, les institutions et les acteurs de l'écosystème numérique.

L'association organise des événements, des conférences et des groupes de travail pour favoriser le partage de connaissances, les

échanges entre professionnels et le développement de bonnes pratiques dans le domaine du commerce et des services en ligne.

Active User/Utilisateur actif

Cette mesure est beaucoup plus précise et juste que le nombre d'inscrits ou nombre de membres. Combien de services avez-vous abandonnés rapidement, il serait injuste de vous compter : c'est encore un exemple de vanity metrics.

Facebook n'a jamais communiqué sur le nombre d'inscriptions et il y a fort à parier qu'il dépasse le nombre d'humains sur terre !!! Rappelons qu'il y a 13 milliards de vues sur la vidéo YouTube Baby Shark !!!!!

Utilisateurs actifs quotidiens (DAU), les utilisateurs actifs hebdomadaires (WAU), les utilisateurs actifs mensuels (MAU).

AD EXCHANGE

Dans la publicité programmatique, c'est la place de marché où se rencontrent l'offre (SSP) et la demande (DSP), où s'opèrent les transactions publicitaires automatisées (toutes formes : bannières, habillage, vidéo, native, mobile...).

ADEX est l'acronyme pour "Ad Exchange", qui se traduit par "plateforme d'échange de publicités". Il s'agit d'une plateforme technologique utilisée dans le domaine de la publicité digitale pour faciliter l'achat et la vente d'espaces publicitaires en temps réel. Les Ad Exchanges permettent aux annonceurs et aux éditeurs de se connecter, d'encherir et de diffuser des

publicités ciblées à grande échelle. Grâce à l'automatisation et à la mise aux enchères en temps réel, les Ad Exchanges offrent une plus grande efficacité et une meilleure pertinence dans le processus d'achat et de diffusion des publicités. Ils permettent aux annonceurs de cibler précisément leur audience, d'optimiser leurs campagnes et de mesurer leur retour sur investissement.

ADAN

Association développement des actifs numériques qui essaye de regrouper les acteurs français des crypto

ADNETWORKS

Réseau qui agrège de l'inventaire publicitaire en provenance de différentes sources (supports et SSP) dans le but de le commercialiser.

AdTech (Advertising Technology)

technologies digitales utilisées dans le domaine de la publicité moderne, pour une meilleure précision du ciblage, une automatisation des achats et une remontée de données parfaite.

Cela englobe les outils, les plateformes et les méthodes qui permettent de planifier, d'exécuter et d'optimiser les campagnes publicitaires en ligne. Les technologies de la publicité digitale incluent la gestion des données, le ciblage comportemental, l'achat programmatique, la diffusion d'annonces, l'optimisation en temps réel, la mesure de la performance, la personnalisation des publicités, et bien plus encore.

L'AdTech joue un rôle crucial dans l'écosystème publicitaire en permettant aux annonceurs de cibler avec précision leur audience, d'optimiser leurs campagnes et de mesurer leur retour sur investissement. Grâce à l'AdTech, les annonceurs peuvent diffuser des publicités plus pertinentes et personnalisées, améliorant ainsi l'expérience des utilisateurs et les performances des campagnes.

ADX GoogleAds ou DoubleClick

ADX est l'acronyme de "Google DoubleClick Ad Exchange" plateforme technologique développée par Google qui permet aux annonceurs et aux éditeurs de négocier, d'enchérir et de diffuser des publicités en temps réel. ADX offre des fonctionnalités avancées de ciblage, de mesure et de contrôle des campagnes publicitaires. En utilisant ADX, les annonceurs peuvent accéder à un large inventaire d'espaces publicitaires de haute qualité et cibler des audiences spécifiques, tandis que les éditeurs peuvent maximiser leurs revenus en monétisant leurs espaces publicitaires de manière efficace et transparente. ADX facilite les transactions publicitaires entre les acheteurs et les vendeurs et permet une meilleure optimisation des campagnes.

AFEST (Action de Formation en Situation de Travail)

approche pédagogique qui vise à former les individus en situation réelle de travail, en mettant l'accent sur l'apprentissage par l'action. Contrairement aux formations traditionnelles en salle de classe, l'AFEST permet aux apprenants d'acquérir des compétences pra-

tiques et opérationnelles en travaillant sur des tâches réelles dans leur environnement professionnel. Cette méthode de formation favorise une meilleure intégration des connaissances et une application directe des compétences acquises, améliorant ainsi l'efficacité et la pertinence de la formation professionnelle. L'AFEST peut être réalisée individuellement ou en groupe, avec le soutien de formateurs ou de tuteurs qui accompagnent les apprenants tout au long du processus.

AGI/Artificial General Intelligence

à ne pas confondre avec GenAI (Generative AI). L'AGI sera capable de surpasser les humains sur un grand nombre de tâches, mais pas avant 2050. Définition courte, impact immense !

Agilité

Inventées en 2001 par un manifeste agile et réservées à l'informatique et aux start-ups, les méthodes agiles infusent l'ensemble des industries mondiales avec leurs petites équipes (pizza team de moins de 10 personnes), la découpe en petits projets réussis rapidement (scrum), les aller-retour pragmatiques avec les utilisateurs pour changer en direct et valider le plus rapidement possible l'arrêt du projet ou la validation de la preuve de concept (POC) et la mise en œuvre d'un prototype (MVP).

Avant 2001, les méthodes agiles s'appelaient l'extreme programming (XP popularisé par Windows XP). Avant le XP, tout cela était le simple bon sens pragmatique des développements sous contrainte de ressources réduites (aujourd'hui appelé Lean), principalement

vécu par les petites entreprises, aujourd'hui appelé des start-ups.

Le lean management consiste à faire plus avec moins. Avoir plus de résultats grâce aux méthodes et outils digitaux en mobilisant moins de ressource.

En plus de l'itération du test and learn auprès des utilisateurs, l'agilité a popularisé l'échec rapide et peu coûteux (Fail fast, fail early, fail cheap), le pivot (changement de positionnement ou de business model du projet) et la rapidité d'exécution (Better done than perfect).

Par exemple : grâce aux méthodes agiles, je pourrai montrer concrètement l'avancement du projet tous les mois

AI (Artificial Intelligence)

L'IA, ou Intelligence artificielle est un domaine de l'informatique qui se concentre sur la création de machines capables de simuler l'intelligence humaine.

L'objectif de l'IA est de développer des systèmes et des algorithmes qui peuvent percevoir, comprendre, apprendre, raisonner et prendre des décisions de manière autonome.

L'IA est utilisée dans de nombreux domaines, tels que la reconnaissance vocale, la vision par ordinateur, la traduction automatique, les assistants virtuels, les véhicules autonomes et bien d'autres.

Les avancées récentes dans le domaine de l'IA, en particulier dans le domaine de l'apprentissage automatique et des réseaux de neurones, ont ouvert de nouvelles perspectives et ont

permis le développement de solutions innovantes dans de nombreux secteurs.

AI-CD β (Artificial Intelligence Creative Director)

β est un acronyme utilisé pour désigner le poste de "Directeur Créatif en Intelligence artificielle". Cette appellation spécifique a été introduite par l'agence de publicité McCann Erickson pour désigner un rôle où l'intelligence artificielle est utilisée pour générer des idées créatives. L'AI-CD β exploite les capacités de l'IA, telle que l'apprentissage automatique et le traitement du langage naturel, pour analyser d'énormes quantités de données et proposer des concepts publicitaires innovants. Cette approche permet de stimuler la créativité, d'explorer de nouvelles perspectives et de repousser les limites de la création publicitaire traditionnelle. L'AI-CD β travaille en collaboration avec des équipes créatives pour apporter une valeur ajoutée et une dimension innovante aux campagnes publicitaires.

AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)

AIDA est un acronyme qui représente les étapes d'un modèle de persuasion souvent utilisé en marketing et en communication. Chaque lettre de l'acronyme correspond à une phase spécifique du processus de vente ou de communication

- Attention (attirer l'attention de l'audience),
- Intérêt (susciter l'intérêt pour le produit ou le message),

- Désir (créer le désir d'obtenir le produit ou de répondre au message) et

Action (inciter à l'action, comme l'achat ou la réponse à un appel à l'action). Le modèle AIDA est couramment utilisé pour concevoir des campagnes publicitaires, des discours de vente et des stratégies de communication efficaces pour influencer le comportement des consommateurs. En utilisant les principes de l'AIDA, les spécialistes du marketing cherchent à capter l'attention, à susciter l'intérêt, à créer le désir et à inciter à l'action pour générer des résultats commerciaux positifs.

AirDrop

Distribution gratuite ou à prix faible de token, de NFT ou d'autres actifs digitaux. Ce parachutage a généralement pour but d'élargir une communauté.

AltCoin

Cryptomonnaie alternative au Bitcoin et à l'Ether, selon certaines théories les altcoins sont des shitcoins !

AMA (Ask Me Anything)

format de discussion en ligne où une personne, généralement une personnalité ou un expert, offre aux autres utilisateurs l'opportunité de lui poser des questions sur n'importe quel sujet. Les AMAs sont souvent organisés sur des plateformes comme Reddit, X, permettant un échange direct et ouvert entre la personne qui répond aux questions et la communauté d'utilisateurs.

AMP (Accelerated Mobile Pages de Google)

initiative de Google visant à améliorer la vitesse et les performances des pages Web sur les appareils mobiles. Les pages AMP sont conçues pour se charger rapidement et offrir une expérience utilisateur fluide sur les appareils mobiles. Cette technologie utilise des versions allégées du code HTML et des bibliothèques JavaScript optimisées pour accélérer le rendu des pages. Les pages AMP sont souvent utilisées pour les articles de presse, les blogs et les sites de commerce électronique afin d'améliorer l'expérience utilisateur et les taux de conversion sur mobile. Un peu complexe l'AMP n'a pas connu les succès espérés par Google, qui a pris maintenant le parti des Core Vitals : une autre approche par les performances plutôt que par la méthode.

Analytics/Analytique

La discipline qui consiste à découvrir des modèles pertinents et des informations utiles dans les données. L'analyse vous permet de déterminer si votre marketing fonctionne réellement.

API (Application programming interface)

API est l'acronyme pour "Application programming interface" à traduire par "interface de programmation d'applications". Une API est un ensemble de règles et de protocoles qui permettent à différents logiciels et applications de communiquer et d'échanger des données

entre eux de manière cohérente. Les API facilitent l'intégration de services et de fonctionnalités d'une application dans une autre, permettant ainsi le développement d'applications interconnectées et la création de nouvelles fonctionnalités à partir d'API existantes. Les API jouent un rôle essentiel dans le développement d'applications Web et mobiles, favorisant l'interopérabilité et l'échange de données entre différents systèmes. Les fonctions de l'API visent à faciliter la création, l'échange et l'intégration de services et de données entre de multiples programmes non compatibles. Présent dans de nombreux logiciels d'exploitation et dans les bases de données. L'API permet aux développeurs d'intégrer un nouveau composant dans une architecture existante sans en maîtriser nécessairement tous les détails de mise en œuvre.

APP (Application)

programme informatique conçu pour s'exécuter sur des appareils mobiles tels que les smartphones et les tablettes. Les applications offrent une variété de fonctionnalités et de services, allant des réseaux sociaux aux jeux, en passant par les outils de productivité, les applications bancaires, les applications de messagerie, etc.

Les applications peuvent être téléchargées depuis les magasins d'applications officiels correspondant au système d'exploitation de l'appareil (comme l'App Store pour iOS et le Google Play Store pour Android).

L'énormissime avantage des APPS par rapport à des sites WEB est de résider en permanence

sur votre écran de smartphone, de se lancer d'un clic, de vous notifier des rappels... c'est un site puissance 1000.

AR (Augmented Reality)

superposition des éléments virtuels, tels que des images, des vidéos ou des informations, à la perception du monde réel. L'AR enrichit l'environnement réel en y ajoutant des éléments virtuels, généralement via un appareil mobile, une caméra ou des lunettes spéciales. Cette technologie offre de nombreuses applications, allant des jeux et du divertissement aux domaines de l'éducation, du commerce électronique, de la médecine et bien d'autres. L'AR offre une expérience interactive et immersive, permettant aux utilisateurs d'explorer et d'interagir avec des contenus virtuels dans le contexte de leur environnement réel.

Le masque VisionPro d'Apple est à ce jour le dernier casque d'AR introduisant le spatial computing, mais le PICO4 est très utilisé dans les visites virtuelles.

ARPU (Average revenue per user)

Marge totale divisée par le nombre de clients ; L'ARPU est l'acronyme pour "Average Revenue Per User" ("revenu moyen par utilisateur"). L'ARPU est une métrique financière utilisée pour évaluer la performance économique d'une entreprise en mesurant les revenus moyens générés par chaque utilisateur ou client. Cette mesure est couramment utilisée dans les secteurs des télécommunications, de la technologie et des services numériques pour évaluer la rentabilité des modèles d'af-

faibles basés sur l'abonnement, les services payants ou les revenus publicitaires. L'ARPU permet aux entreprises de suivre l'évolution de leurs revenus par utilisateur, d'identifier les tendances et de prendre des décisions stratégiques pour améliorer la monétisation de leur base d'utilisateurs ou de clients.

ARR (Average Recurring Revenue)

ARR, ou Revenu Récurrent Moyen, est une métrique financière clé utilisée pour mesurer le revenu récurrent moyen généré par une entreprise sur une période donnée. L'ARR est souvent utilisé dans les modèles commerciaux basés sur l'abonnement pour évaluer la stabilité et le potentiel de croissance des flux de revenus d'une entreprise. Il représente le revenu prévisible et continu qu'une entreprise peut attendre de ses clients existants. Le calcul de l'ARR implique de multiplier le revenu récurrent moyen mensuel par 12 mois pour obtenir la valeur annualisée. Cette métrique permet aux entreprises de suivre leurs performances financières, de faire des prévisions de revenus et d'évaluer l'efficacité de leurs stratégies de fidélisation de la clientèle.

Artificial Virality

Buzz artificiel, lorsque votre produit ne possède pas la composante inhérente à sa viralité, il faut inventer des moyens d'inciter les gens à partager votre produit. Une manière systématique pour votre entreprise d'encourager les gens à parler de votre produit ou service aux autres. Proche du growth hacking, cette méthode a été utilisée par Hotmail qui ajoutait la mention « send by Hotmail » à tous les envois, copié

quelques années plus tard par Apple sur le client mail « MAIL » : sent by iPhone

ASF (Apache Software Foundation)

organisation à but non lucratif qui soutient et régit les projets de logiciels libres et open source. L'ASF supervise le développement d'une large gamme de projets open source populaires, tels que le serveur Web Apache, Apache Hadoop, Apache Kafka, et bien d'autres. La fondation encourage le développement collaboratif, la participation communautaire et l'adoption généralisée des logiciels open source. Les projets de l'ASF suivent un modèle de gouvernance méritocratique, où les décisions sont prises par consensus et basées sur le mérite technique. L'ASF joue un rôle crucial dans la promotion de l'innovation et dans la diffusion des technologies open source.

ASIC

Ordinateur spécial pour miner du Bitcoin

ASO (App Store Optimization)

Processus d'optimisation des applications mobiles afin d'améliorer leur visibilité et leur classement dans les résultats de recherche des App Stores. L'ASO vise à augmenter la « découvrabilité » des applications, à attirer davantage de téléchargements organiques et à améliorer l'engagement des utilisateurs. Il implique l'optimisation de différents éléments tels que le titre de l'application, la description, les mots clés, les captures d'écran, l'icône de l'application et les évaluations/commentaires. En mettant en œuvre des stratégies d'ASO, les

développeurs d'applications et les spécialistes du marketing peuvent améliorer la visibilité de leurs applications, augmenter les téléchargements organiques et améliorer les performances globales de l'application en termes d'acquisition et de fidélisation des utilisateurs.

ASP (Application Service Provider)

ASP, ou Fournisseur de Services d'Application désignent une entreprise qui fournit des applications logicielles et des services connexes via Internet. Au lieu d'installer et de maintenir des logiciels sur des ordinateurs individuels, les utilisateurs peuvent accéder et utiliser l'application via Internet, généralement sur une base d'abonnement. Les ASP offrent une large gamme de services, tels que l'hébergement de logiciels, la maintenance, le support et le stockage de données. Ce modèle élimine le besoin pour les utilisateurs d'investir dans des licences logicielles coûteuses et une infrastructure matérielle, ce qui le rend plus rentable et évolutif pour les entreprises. Les ASP sont de plus en plus populaires, notamment avec l'essor du cloud computing et des solutions Software-as-a-Service (SaaS).

Assurtech (cf. Insurtech)

Assurtech, ou Technologie de l'Assurance sont des termes qui désignent l'application de la technologie, telles que l'intelligence artificielle, l'apprentissage automatique, l'analyse des mégadonnées et les applications mobiles, à l'industrie de l'assurance. Les entreprises Assurtech visent à perturber et à innover les processus et les pratiques traditionnels de l'assurance en exploitant la technologie pour

améliorer l'expérience client, améliorer la précision de la tarification, rationaliser le traitement des sinistres et développer de nouveaux produits et services d'assurance. L'Assurtech fait partie de l'industrie plus large de la Fintech (Technologie financière) et a le potentiel de transformer le paysage de l'assurance en le rendant plus efficace, centré sur le client et axé sur les données.

AtAwAd (Anytime Anywhere Anydevice)

AtAwAd, ou N'importe Quand N'importe Où N'importe Quel Appareil, fait référence au concept de fournir du contenu ou des services aux utilisateurs n'importe quand, n'importe où et sur n'importe quel appareil. Ce concept met en évidence la demande croissante d'accès fluide et omniprésent à l'information, au divertissement et aux services sur différentes plateformes numériques. Avec la prolifération des appareils mobiles, de l'Internet des objets (IoT) et des technologies connectées, les utilisateurs s'attendent à pouvoir accéder et utiliser du contenu et des services sans effort, peu importe leur emplacement ou l'appareil qu'ils utilisent. AtAwAd est un moteur clé du développement du design adaptatif, des applications mobiles et des solutions multiplates-formes pour garantir des expériences utilisateur optimales sur différents appareils et contextes.

AtAwAdAc (AtAwAd + AnyContent)

AtAwAdAc, ou N'importe Quand N'importe Où N'importe Quel Appareil + N'importe Quel Contenu, étend le concept de AtAwAd en mettant l'accent sur la fourniture de tout type de contenu aux utilisateurs n'importe quand,

n'importe où et sur n'importe quel appareil. Cela englobe diverses formes de contenu, telles que le texte, les images, les vidéos, l'audio, les expériences interactives, et bien plus encore. AtAwAdAc reflète le besoin croissant que le contenu soit accessible et consommable sur plusieurs appareils, offrant aux utilisateurs une expérience fluide et cohérente, quel que soit le format du contenu ou l'appareil qu'ils utilisent. Les créateurs et fournisseurs de contenu s'efforcent d'optimiser leurs stratégies de diffusion de contenu pour que les utilisateurs puissent accéder et interagir avec leur contenu facilement dans le paysage numérique actuel, qui est multiappareils et multicanaux.

ATF (Above the Fold)

ATF, ou au-dessus du pli, fait référence à la partie d'une page Web qui est visible pour l'utilisateur sans qu'il soit nécessaire de faire défiler la page. Cette zone est considérée comme un espace privilégié pour capturer l'attention et l'engagement de l'utilisateur. Le contenu placé au-dessus du pli est immédiatement visible lorsque l'utilisateur arrive sur une page Web, ce qui le rend plus susceptible d'être remarqué et de susciter une interaction. Les marketeurs et les concepteurs Web privilégient souvent les éléments importants, tels que les titres, les appels à l'action et les informations clés, au-dessus du pli pour optimiser l'expérience utilisateur et stimuler les actions souhaitées de l'utilisateur. Cependant, avec la prévalence croissante des appareils mobiles et des tailles d'écran variables, le concept d'au-dessus du pli a évolué et les pratiques de

design responsif sont devenues essentielles pour assurer une visibilité et une utilisation optimales du contenu sur différents appareils.

ATL (Above the Line)

ATL, ou Au-dessus de la Ligne, est un terme marketing qui désigne les activités publicitaires qui ciblent un large public et visent à atteindre une audience de masse par le biais des médias de masse traditionnels, tels que la télévision, la radio, la presse et la publicité extérieure. La publicité ATL est généralement utilisée pour accroître la notoriété de la marque, toucher un large public et créer une image de marque positive. Elle se concentre sur la transmission de messages à un marché cible large et diversifié. En revanche, les activités BTL (Below the Line) sont plus ciblées et personnalisées, impliquant souvent du marketing direct, des événements de relations publiques, des parrainages et du marketing digital. La distinction entre ATL et BTL aide les marketeurs à déterminer les stratégies publicitaires les plus appropriées en fonction de leurs objectifs spécifiques, de leur public cible et de leur budget. En 2024 avec l'avènement, du marketing digital, cette distinction est obsolète

Attention

Phase qui amorce le processus de communication, parce qu'elle est située tout à fait en amont du processus de communication et qu'elle est une condition nécessaire de son déroulement, l'attention est une notion qui est au centre des préoccupations des publicitaires et en particulier des créatifs dont un des rôles majeurs est de concevoir des messages ca-

pables d'attirer l'attention de consommateurs de plus en plus saturés d'information et de publicité. Ces thèmes sont largement développés dans les articles « Perception » et « Accroche » où l'on précise les facteurs qui expliquent la sélectivité de l'attention. Internet et les réseaux sociaux mènent une guerre de l'attention

Attribution (dont attribution au dernier clic).

L'attribution est une mesure qui évalue le taux de conversion basé sur le "dernier clic" qui a conduit à l'objectif. Dans ce modèle d'attribution, le taux de conversion (CR) est attribué uniquement au dernier clic (parfois au premier). Cependant, ce modèle d'attribution du taux de conversion au dernier clic est de plus en plus controversé, car il ne tient pas compte des autres points de contact et interactions qui ont contribué à la conversion. La mesure par contribution est plus exacte et complexe à calculer.

Audience interaction

Outils pour faire participer une audience pendant un événement synchrone (cours, conférence, webinaire...). Ces interactions prennent la forme de jeu, quiz, sondage et sont un impératif à toutes réunions de plus d'une heure avec plus de 10 participants

Audit.

La première partie d'une recherche consiste toujours à établir un état des lieux pour connaître l'état de départ. On commencera par s'intéresser à l'empreinte digitale (sans jeu de

mots sur les traces laissées par un coupable sur la scène de crime) puis au référencement, pour finir par les aspects de contenu, sans oublier la technique.

La réputation digitale est composée par l'image subjective que renvoie l'ensemble des contenus accessibles en rapport avec l'entreprise. Cela comprend toutes les traces numériques laissées par les journalistes, les internautes, les employés sur tous les supports (Twitter, blog, Facebook, LinkedIn, forum, lors d'une recherche Google...).

Audit de référencement

étude détaillée de la visibilité globale d'un site Web, d'une APP, d'une publicité ou de toutes interactions sociales. Les outils sont nombreux pour aider et automatiser cette tâche : SemRush, Aref, Moz...

Audit technique et ergonomique

Étude des éléments techniques et organisationnels d'un site Web, d'une APP pour définir les futures améliorations et développement afin d'optimiser l'expérience utilisateur (UX).

L'audit MCA (market contact audit) est une analyse très complète de tous les points de contact entre une marque et ses utilisateurs actuels, futurs ou anciens.

Automation

Procédure qui consiste à utiliser des outils informatiques afin de programmer des actions suivant des scénarios préétablis. Dans le cadre de campagnes marketing, l'automatisa-

tion déclenche et exécute une suite de tâches (souvent les plus fastidieuses) en fonction du comportement de l'utilisateur

AWD (Adaptive Web Design)/RWD responsive Web design

Conception Web visant à fournir une expérience utilisateur personnalisée sur différents appareils et toutes tailles d'écran. L'AWD ou RWD implique la création de plusieurs versions ou mises en page d'un site Web, chacune étant optimisée pour des catégories spécifiques d'appareils, tels que les ordinateurs de bureau, les tablettes et les smartphones. Lorsqu'un utilisateur accède au site Web, la conception s'adapte dynamiquement aux caractéristiques de l'appareil, garantissant un affichage et une fonctionnalité optimaux. L'AWD diffère du RWD (Responsive Web Design) en ce sens qu'il crée des conceptions distinctes pour différents appareils, tandis que le RWD utilise une mise en page fluide qui s'ajuste de manière proportionnelle en fonction de la taille de l'écran de l'appareil. L'AWD permet d'offrir aux utilisateurs une expérience de navigation fluide et optimisée, quel que soit l'appareil qu'ils utilisent pour accéder au site Web.



BA

BA, abréviation de Business Angel, désigne un investisseur privé qui fournit des capitaux et un soutien financier à des start-ups et des petites

entreprises à fort potentiel de croissance. Les business Angels sont souvent des entrepreneurs expérimentés ou des professionnels hautement qualifiés qui apportent également leur expertise et leurs conseils stratégiques aux entreprises dans lesquelles ils investissent. En plus du financement, les business Angels jouent un rôle crucial en aidant les start-ups à se développer en leur fournissant des contacts et des ressources supplémentaires

Backlink.

Un backlink, également appelé lien en retour, est un lien hypertexte qui pointe vers votre site Web à partir d'un autre site Web. Les backlinks jouent un rôle important dans le référencement naturel (SEO) en influençant la visibilité et la réputation d'un site sur les moteurs de recherche. Les moteurs de recherche considèrent les backlinks comme des votes de confiance, car lorsqu'un site Web réputé ou de qualité renvoie vers votre site, cela indique aux moteurs de recherche que votre contenu est pertinent et fiable. Avoir des backlinks de qualité peut augmenter la crédibilité de votre site aux yeux des moteurs de recherche, ce qui peut contribuer à améliorer son classement dans les résultats de recherche et à attirer davantage de trafic organique.

Le PageRank est en partie fondé sur les backlinks

Balises META (ou métabalises)

Les balises de définition des pages ou métabalises contiennent les mots clés les définitions et autres caractéristiques propres au référen-

ement. Elles ne sont pas toutes utilisées par les moteurs de recherche et leur utilisation ou non varie dans le temps. Une bonne pratique consiste à les remplir néanmoins (notamment les balises ALT sur les images et les liens, les balises title, keywords et description). Sur Wordpress, la gestion des métabalisés se réalise la plupart du temps au travers du plug-in Yoast (ou d'un équivalent).

BANT formule

La formule BANT, développée par IBM, est une approche structurée utilisée dans le processus de qualification des prospects commerciaux. BANT est l'acronyme de Budget, Authority, Need, Timeline (Budget, Autorité, Besoin, Échéancier). Chaque lettre représente un critère qui est évalué pour déterminer la qualité et la pertinence d'un prospect. Le budget fait référence aux ressources financières disponibles pour effectuer un achat, l'autorité désigne la capacité de prendre des décisions d'achat, le besoin se réfère aux besoins et problèmes spécifiques que le prospect cherche à résoudre, et l'échéancier indique le calendrier prévu pour effectuer l'achat. En utilisant la formule BANT, les équipes commerciales peuvent qualifier les prospects potentiels et se concentrer sur ceux qui ont le plus de chances de devenir des clients.

BAT(X)

BAT(X) est un acronyme qui regroupe les noms de certaines des plus grandes entreprises technologiques chinoises Baidu, Alibaba, Tencent et Xiaomi. Ces entreprises, souvent comparées aux GAFA (Google, Apple, Facebook, Amazon),

sont des acteurs majeurs de l'industrie technologique en Chine et ont connu une croissance rapide ces dernières années. Baidu est un moteur de recherche, Alibaba est une plateforme de commerce électronique, Tencent est une entreprise de services Internet et de divertissement, et Xiaomi est un fabricant d'appareils électroniques grand public. L'acronyme BAT(X) est utilisé pour mettre en évidence l'influence et la domination de ces entreprises dans le paysage technologique chinois.

Il faut certainement y ajouter Huawei, ByteDance, DJI, Hikvision

BAU

BAU est l'acronyme de Business as Usual, qui se traduit par "fonctionnement habituel". Cette expression est utilisée pour décrire les opérations normales et régulières d'une entreprise, sans aucun changement majeur ou événement perturbateur. Le terme BAU est souvent utilisé dans le contexte de la gestion du changement ou lorsqu'il est nécessaire de distinguer les activités de routine des initiatives ou des projets spécifiques.

BI/Business Intelligence

désigne l'ensemble des technologies, des processus et des outils qui permettent aux entreprises de collecter, analyser et présenter des données pour prendre des décisions éclairées.

La Business Intelligence vise à transformer les données brutes en informations significatives et exploitables pour soutenir la prise de décision stratégique et opérationnelle. Elle implique l'utilisation de diverses techniques

telles que l'extraction, la transformation et le chargement des données (cf. ETL), l'analyse des données, la visualisation des données et la génération de rapports. La Business Intelligence aide les entreprises à comprendre leurs performances et celles de leurs concurrents, à détecter des tendances, à identifier des opportunités et à résoudre des problèmes, en utilisant les données comme un actif précieux pour améliorer leur efficacité et leur efficacité opérationnelle.

Biface (plateforme)

Plateforme intégrée prenant en charge deux aspects d'une entreprise. Exemple : UberEats plateforme tri face : restaurant, livreur, client

Big Tech

Ce que les Européens appellent les GAFAM

Bitcoin

Ce mot définit deux choses distinctes et liées : la blockchain bitcoin lancée par Satoshi Nakamoto le 4 janvier 2009 et la cryptomonnaie de référence

Blockchain

Technologie de stockage et de transmission d'informations décentralisée et sécurisée qui repose sur un réseau d'ordinateurs (nœuds) répartis sur lequel sont enregistrées et vérifiées des transactions de manière transparente et immuable.

La blockchain se caractérise par les éléments

suivants :

- Décentralisation : Contrairement à un système centralisé, la blockchain est distribuée sur de nombreux nœuds indépendants, ce qui rend difficile la manipulation ou la falsification des données.
- Immutabilité : Une fois qu'une information est enregistrée dans un bloc de la chaîne, elle ne peut pas être modifiée sans le consensus de la majorité du réseau, ce qui garantit l'intégrité des données.
- Transparence : Toutes les transactions enregistrées sur la blockchain sont visibles par tous les participants du réseau, assurant ainsi une transparence totale.
- Sécurité cryptographique : Les transactions sont sécurisées à l'aide de techniques de cryptographie avancées, ce qui rend extrêmement difficile leur falsification ou leur piratage.

La blockchain est surtout connue pour être la technologie sous-jacente des cryptomonnaies telles que le Bitcoin, mais elle a également de nombreuses autres applications potentielles, notamment dans les domaines de la finance, de la logistique, de la gestion de l'identité, de la santé, et bien d'autres. Elle offre la possibilité de créer des systèmes décentralisés, transparents et sécurisés pour enregistrer et vérifier divers types de données et de transactions.

La blockchain est donc un type de technologie de registres distribués formant une grande base de données constituée de blocs, liés les uns aux autres de manière cryptographique, contenant des informations (transactions, lignes de codes, etc.). Ces blocs sont ajoutés

selon un protocole très précis et consultable par tous. La particularité de la blockchain est qu'elle est par essence décentralisée, car chacun peut y contribuer en formant des blocs qui sont ajoutés à celle-ci, selon certaines conditions très strictes définies par un protocole de consensus. Les cryptomonnaies sont la première application viable de la technologie de la blockchain. Le Web décentralisé pourrait être la suivante. On distingue par ailleurs blockchains publiques et privées : chez la première, chacun peut participer à la continuation de la blockchain, chez la seconde les participants sont choisis selon certains critères par le créateur de la blockchain.

Code is Law, la blockchain fait office de preuve permanente.

La blockchain Ethereum permet l'exécution de contrats intelligents en faisant appel aux oracles si besoin d'informations de déclenchement

BMC Business Model Canvas

Outil visuel pour décrire et analyser un modèle économique avec un modèle à remplir en 9 cases inventé par le Suisse Alex Osterwalder

BNPL

Buy Now Pay Later, le fameux 4 fois sans frais à la sauce des néo-banques

Bootcamp

Nouveau mode d'apprentissage en mode punch line rapide efficace puissant, complètement opposé au système scolaire. 9 semaines

pour apprendre à coder contre 5 ans pour devenir ingénieur. LeWagon est le plus gros Bootcamp mondial avec 800 batchs (promo).

Bounce Rate /

Le pourcentage de personnes qui arrivent sur votre site Web ou votre page d'accueil et qui repartent sans avoir consulté de pages supplémentaires.

BR (Bounce Rate)/Taux de rebond

mesure utilisée pour évaluer le pourcentage de visiteurs qui quittent un site Web après avoir visité une seule page, sans effectuer d'autres actions ou clics.

Il peut également être utilisé pour mesurer le nombre d'emails non délivrés. Un taux de rebond élevé peut indiquer un manque d'engagement des visiteurs, un contenu peu attrayant, une expérience utilisateur médiocre ou une pertinence insuffisante.

Un taux de rebond moyen varie généralement en fonction du type de site Web, mais un taux inférieur est généralement préférable, car cela signifie que les visiteurs sont plus engagés et explorent davantage de pages.

Par exemple, en modifiant la taille, la position et la couleur du bouton "acheter" (CTA), nous avons augmenté le nombre de clics de 50 à 60 par jour sur 1550 visiteurs uniques (VU).

Cette optimisation a conduit à une augmentation de 20 % du taux de conversion (CR) à 3,87 % (1550/60), ce qui indique une amélioration réussie du taux de conversion.

Brand Equity

La Brand Equity, ou valeur de marque, est la valeur financière et perçue d'une marque. Elle représente les actifs immatériels d'une marque, tels que sa notoriété, sa réputation, sa fidélité et sa différenciation par rapport à ses concurrents. La Brand Equity est un atout précieux pour une entreprise, car elle peut influencer les préférences des consommateurs, la demande pour ses produits ou services, et sa capacité à générer des revenus à long terme. Elle peut être mesurée à l'aide d'indicateurs tels que la reconnaissance de la marque, la réputation, la fidélité des clients et les associations positives liées à la marque.

Buyer Persona

Voir persona

BYD

Pour la beauté de l'acronyme : Build Your Dream. Fabricant chinois de véhicules électriques



CAC (Customer Acquisition Cost)

Le CAC (Customer Acquisition Cost), ou coût d'acquisition client, est une mesure utilisée pour évaluer le coût moyen nécessaire pour acquérir un nouveau client. Il est calculé en divisant le budget marketing et communication

par le nombre de nouveaux clients obtenus sur une période donnée. Le CAC moyen varie en fonction de l'industrie, de la stratégie marketing et des canaux utilisés, mais il est généralement estimé à environ 10 € par client. Le CAC est un indicateur important pour les entreprises, car il leur permet d'évaluer l'efficacité de leurs efforts de marketing et de déterminer la rentabilité de l'acquisition de nouveaux clients.

Par exemple, lors du lancement d'un nouveau produit, il peut être préférable d'investir dans l'achat de liens publicitaires au coût par clic (CPC) qui génèrent rapidement du trafic sans prendre de risque. En revanche, pour une marque établie, l'achat de 1000 impressions au coût pour mille (CPM) peut contribuer à renforcer l'image globale de la marque.

CAC (Cyberspace Administration of China)

Administration du cyberspace de Chine (CAC) qui fait la loi sur les autorisations diverses, notamment concernant le faible respect de la vie privée, les temps de connexion des mineurs, l'utilisation d'algorithmes et l'utilisation de l'IA

LTV

LTV : règle de base du marketing digital ou pas ! cf. ROMI

Call to Action (CTA)

Généralement un bouton avec une instruction ou une incitation donnée aux utilisateurs d'un site Web ou d'un autre support pour les en-

courager à effectuer une action spécifique. Les CTA sont généralement présentés sous forme de boutons, de liens ou de messages qui incitent les utilisateurs à s'engager davantage en s'inscrivant à une newsletter, en effectuant un achat ou en remplissant un formulaire. Les CTA doivent être clairs, convaincants et attrayants, afin de susciter l'engagement des utilisateurs et de les guider vers l'action souhaitée.

Campagne

Une série d'activités de marketing conçues pour atteindre des objectifs clairement définis dans un délai précis. Que le but ultime soit d'acquérir de nouveaux clients, de changer une image de marque, de lancer un nouveau produit, de promouvoir la notoriété d'une marque ou de générer des prospects, les spécialistes du marketing de conversion intelligente pensent en termes de campagnes. Il faut donc une intention, un chiffrage et un délai pour chaque objectif de campagne.

CBDC

MNBC

Centaure

Qui génère 100 millions de revenus récurrents, par opposition aux licornes qui ne calculent que la valorisation

CES (Customer Effort Score)

Score d'effort obtenu après l'action d'un utilisateur, il s'agit de mesurer la difficulté d'obtenir un service ou un renseignement. Il vise à

évaluer la facilité ou la difficulté avec laquelle le client peut obtenir le service ou l'assistance dont il a besoin. Le CES est généralement obtenu en posant une question spécifique après que le client ait effectué une action, telle qu'un achat ou une demande de support. La question peut être formulée comme suit.

“Dans quelle mesure avez-vous dû faire des efforts pour obtenir le service/renseignement dont vous aviez besoin ?” Les clients peuvent répondre sur une échelle de notation. Un CES élevé indique que les clients ont trouvé le processus facile et sans effort, tandis qu'un CES faible indique qu'ils ont rencontré des difficultés ou des frictions lors de leur interaction avec l'entreprise. Le CES est utilisé pour identifier les points de friction et améliorer les processus afin de réduire l'effort perçu par les clients et d'améliorer leur expérience globale.

Par exemple : Un client peut être très satisfait d'un achat (CSAT), mais trouver que la procédure est fastidieuse (CES) et ne recommandera pas notre société (NPS).

Chatbot

Programme informatique intégré à un site Internet ou à une application, capable de dialoguer textuellement ou vocalement avec un utilisateur humain. Il repose sur l'analyse du langage naturel (NLP), sur l'IA générative et l'utilisation d'un fond de questions et de réponses afin de formuler un message.

Cet outil de marketing relationnel intervient habituellement en tant que support client ou pour la prise de commande afin de garantir une information et un service immédiat.

Churn ou taux d'attrition ou abandonniste

Taux de churn : % des clients qui quittent la marque, avec un taux brut (% de départ) et un taux net (départ compensé par les nouveaux clients)

CivicTech/GovTech

Les CivicTech et GovTech désignent l'utilisation des technologies numériques, en particulier les technologies sociales, dans le but de renforcer les interactions et les échanges d'informations entre les citoyens et le gouvernement. Les CivicTech se concentrent sur l'engagement civique, la participation démocratique et la transparence gouvernementale en utilisant des outils numériques tels que les plateformes en ligne, les applications mobiles, les réseaux sociaux et les données ouvertes.

Les GovTech se concentrent davantage sur l'adoption de technologies numériques par les gouvernements pour améliorer l'efficacité des services publics, la prise de décision et la prestation de services aux citoyens. Ces domaines visent à faciliter la collaboration entre les citoyens et le gouvernement, à renforcer la démocratie participative et à favoriser une gouvernance transparente et inclusive.

Click-Through Page

Une page d'accueil sans formulaire. Une page de clic est souvent utilisée comme intermédiaire entre votre annonce et votre panier d'achats en ligne. Son but est d'inciter les visiteurs à découvrir votre proposition de valeur

unique avant de les envoyer plus loin dans l'entonnoir du marketing.

Click-Through Rate (CTR)/Taux de clic (CTR)

Le rapport entre le nombre de personnes qui voient votre publicité ou votre email et le nombre de personnes qui cliquent dessus. Vous souhaitez que votre taux de clic soit élevé, mais l'optimisation de votre CTR n'est qu'un moyen d'atteindre l'objectif de votre campagne.

Clics (nombre de...)

Le nombre de clics mesure combien de fois les utilisateurs ont cliqué sur un lien ou une image publicitaire. Cela indique l'engagement et l'intérêt des utilisateurs pour le contenu ou l'offre présentée dans l'annonce.

CLTV= Customer lifetime value

Valeur de la vie du client. En gros, combien d'argent vous vous attendez à gagner par client durant la durée de vie de votre produit/service.

CMI (Communication Marketing intégrée : IMC)

Le marketing n'est plus dissocié de la communication, depuis l'arrivée du digital, ils ne font qu'un au sein du marcom ou du CMI. Les entreprises anciennes ont encore du mal à fusionner ces deux équipes autour du CMO (Chief Marketing Officer), CCO (Chief Customer Officer) ou CXO (Chief Experience Officer) on peut y ajouter le directeur du digital et de la data.

CMS (Content Management System)

Logiciel de conception, de gestion, de structuration et de mise à jour du contenu (catégories, pages et articles) d'un site Web ou d'une application. Très intuitif, il est à la portée de tous et ne nécessite pas de maîtriser la programmation ; son code source n'est ni accessible ni modifiable par les utilisateurs. Le design graphique étant dissocié du contenu, l'apparence du site Web peut être modifiée indépendamment, et ce, sans apporter de modifications au contenu. Le logiciel permet également d'établir une chaîne de publication de contenus pour offrir plus de flexibilité et programmer leur diffusion. Un CMS favorise enfin le travail collaboratif en simultané, dit «workflow»; les utilisateurs peuvent par ailleurs être autorisés à accéder à certaines fonctionnalités du site en fonction de leur titre (administrateur, contributeur...). Le plus célèbre reste WordPress

CMS e-commerce

Un CMS e-commerce est un outil conçu pour la création et la gestion d'un site Web e-commerce. Il répond aux exigences de ce domaine d'activité, à savoir la nécessité de pouvoir gérer facilement la mise en ligne de produits ainsi que d'assurer la transaction. À cet effet, il comporte de nombreuses fonctionnalités destinées à répondre aux besoins spécifiques d'une activité de vente en ligne.

Cobotic

Collaboration entre robots et humains dans un environnement de travail.

Cold call/Cold mail

Appels ou emails non sollicités pour prospecter de nouveaux clients.

Content

Contenu produit par les marques sous toutes ces formes avec tous les modes de distributions, de la newsletter au livre blanc en passant par les vidéos. Tout ce contenu entre dans le capital numérique (digital assets) des marques géré par un DAM

Content Marketing

Le Content Marketing, ou marketing de contenu, est une stratégie marketing axée sur la création, la publication et la distribution de contenu pertinent, utile et engageant pour attirer, informer et engager un public cible. La marque devient un média. Le contenu peut prendre différentes formes, telles que des articles de blog, des vidéos, des infographies, des guides, des livres blancs, des podcasts, etc. L'objectif du Content Marketing est de fournir de la valeur ajoutée au public cible, de répondre à ses besoins et à ses questions, de créer une relation de confiance et de positionner l'entreprise en tant qu'autorité dans son domaine. Le Content Marketing peut contribuer à générer du trafic organique, à renforcer la notoriété de la marque, à stimuler les conversions et à fidéliser les clients.

Contribution

La contribution est une mesure qui prend en compte chaque point de contact qui a contri-

bué à l'objectif de conversion. Le taux de conversion (CR) est calculé en attribuant une valeur de contribution à chaque point de contact ou canal. Cette contribution peut être linéaire, attribuant la même valeur à chaque point de contact, ou pondérée, attribuant des valeurs différentes à chaque point de contact en fonction de leur importance perçue dans le processus de conversion.

Conversion

Le but ultime de votre campagne. Une conversion est ce que vous décidez de faire soumettre un formulaire, télécharger un contenu, s'inscrire à un essai gratuit, faire un achat. Chaque aspect de votre campagne de marketing doit inciter les gens à se convertir.

Conversion Rate/Taux de conversion

Le Conversion Rate, ou taux de conversion, est un indicateur clé, utilisé pour mesurer le pourcentage d'utilisateurs qui accomplissent une action souhaitée (conversion) par rapport au nombre total d'utilisateurs qui ont été exposés à cette action. Les conversions peuvent prendre différentes formes en fonction des objectifs de l'entreprise, telles que l'achat d'un produit, l'inscription à une newsletter, le téléchargement d'un document, le remplissage d'un formulaire, etc. Le Conversion Rate est utilisé pour évaluer l'efficacité des campagnes marketing, des pages de destination, des appels à l'action, etc. Un taux de conversion élevé indique une bonne performance et une optimisation de l'expérience utilisateur, tandis qu'un taux de conversion faible peut indiquer des opportunités d'amélioration.

Note sur les mesures de conversion le CTR et le CR sont des mesures complémentaires dans le domaine du marketing en ligne. Alors que le CTR mesure l'efficacité d'un élément dans l'incitation des utilisateurs à cliquer, le CR mesure le taux de succès de la transformation des visiteurs en actions souhaitées. Les deux métriques sont importantes pour évaluer l'efficacité d'une campagne marketing, d'une annonce ou d'un site Web, et pour prendre des décisions éclairées en matière d'optimisation et d'amélioration des performances.

Conversion Rate Optimization (CRO)/ Optimisation du taux de conversion (CRO)

La pratique consistant à améliorer continuellement la capacité de votre site Web ou de vos pages de renvoi pour convertir les visiteurs en prospects ou en clients. L'optimisation des taux de conversion vise à améliorer le succès de votre marketing.

Cookie

Fichier texte susceptible d'être enregistré dans un navigateur lors de la consultation de pages Web et qui permet à son émetteur, pendant sa durée de validité, de reconnaître le navigateur concerné.

Cookie Sync/Cookie Matching

Technique qui permet de réconcilier les cookies d'un système à l'autre qu'ils soient issus d'un DSP, d'un SSP, d'un DMP ou de toutes autres sources.

Cookie tiers

Traceurs Web placés par des tiers pour suivre les utilisateurs sur un site.

Copywriting/Rédaction

L'art et la science de la création de publicités psychologiquement persuasives, de pages de renvoi et d'autres contenus qui inspirent l'action. Le copywriting, c'est l'écriture pour la conversion.

Core Web Vitals

Les Core Web Vitals sont un ensemble de métriques de performance Web essentielles définies par Google.

Elles mesurent l'expérience utilisateur et l'interaction avec une page Web, en se concentrant sur trois aspects clés : Largest Contentful Paint (LCP), First Input Delay (FID) et Cumulative Layout Shift (CLS).

Le Largest Contentful Paint (LCP) est une métrique qui mesure le temps qu'il faut pour afficher le plus grand élément visible d'une page Web, tel qu'une image, une vidéo ou un bloc de texte.

Il s'agit d'une mesure importante de la rapidité de chargement perçue par l'utilisateur, car elle indique combien de temps il faut pour que le contenu principal soit visible à l'écran. Un LCP rapide contribue à une expérience utilisateur positive, en offrant une impression de chargement rapide de la page.

Le First Input Delay (FID) est une métrique qui mesure le délai entre le moment où un utilis-

teur interagit avec une page Web (par exemple, en cliquant sur un bouton ou en remplissant un formulaire) et le moment où la page répond à cette interaction.

Un FID court est essentiel pour offrir une expérience utilisateur réactive et fluide.

Il indique la réactivité de la page aux actions de l'utilisateur, et un FID élevé peut entraîner une frustration et une baisse de l'engagement des utilisateurs.

Le Cumulative Layout Shift (CLS) est une métrique qui mesure la stabilité visuelle d'une page Web. Il évalue les changements de mise en page inattendus et indésirables qui se produisent pendant le chargement de la page.

Un CLS élevé peut perturber l'expérience utilisateur, en déplaçant ou en redimensionnant brusquement les éléments de la page, ce qui peut entraîner des clics accidentels ou une mauvaise lisibilité du contenu. Un CLS faible indique une expérience utilisateur plus stable et prévisible.

Les Core Web Vitals sont devenus des facteurs de classement importants pour Google, car ils visent à améliorer l'expérience utilisateur sur le Web. Les sites Web qui offrent de bonnes performances selon les Core Web Vitals peuvent bénéficier d'un meilleur classement dans les résultats de recherche, ce qui peut entraîner une augmentation du trafic organique et de l'engagement des utilisateurs.

Les propriétaires de sites Web sont encouragés à optimiser leurs sites en se concentrant sur ces métriques clés afin d'offrir une expérience utilisateur de haute qualité.

CPA (Coût par Action ou Acquisition ou Achat)

Le CPA (Coût par Action ou Acquisition) est un modèle de tarification de la publicité digitale où les annonceurs paient un montant fixe pour chaque action ou conversion réalisée, telle qu'un achat ou un enregistrement, par opposition au CPC et CPM respectivement clic et mille. Le CPA moyen est généralement estimé à environ 10 € par action.

Finalement, c'est le coût total de la conversion d'un client.

Le coût par acquisition est souvent l'une des mesures ultimes pour tout service marketing, car vous ne voulez pas dépenser plus d'argent pour convertir un client que ce qu'il vaut.

CPC (Coût par Clic)

Le CPC (Coût par Clic) représente le montant dépensé pour obtenir un clic sur un lien publicitaire, que ce soit un lien, un bouton ou une annonce display.

Le CPC moyen peut varier en fonction de nombreux facteurs, mais il est généralement estimé à environ 0,50 € par clic.

CPM (Coût par Mille)

Le CPM (Coût par Mille) est un modèle de tarification couramment utilisé dans la publicité digitale, où les annonceurs paient un montant fixe pour chaque tranche de 1000 impressions d'une annonce.

Le CPM moyen est généralement estimé à environ 5 € pour 1000 impressions.

CR (Conversion Rate ou Taux de Conversion)

Le CR (Conversion Rate), ou taux de conversion est une mesure utilisée pour évaluer le pourcentage de visiteurs d'un site Web ou d'une page qui effectuent une action souhaitée, telle qu'un achat, une inscription, un téléchargement ou tout autre objectif de conversion. Le CR est un indicateur clé de l'efficacité d'un site Web ou d'une campagne marketing dans la transformation des visiteurs en clients ou en leads. Un taux de conversion élevé indique une bonne performance et une capacité à générer des résultats, tandis qu'un taux de conversion faible peut indiquer des opportunités d'optimisation et d'amélioration.

CRO (Conversion Rate Optimisation)

Le CRO (Conversion Rate Optimisation), ou optimisation du taux de conversion, est un processus d'amélioration continue visant à augmenter le taux de conversion d'un site Web ou d'une page.

Il s'agit de tester et d'optimiser différents éléments, tels que la mise en page, les appels à l'action, les formulaires, les messages, les images, les couleurs, etc., afin d'optimiser l'expérience utilisateur et d'encourager davantage de conversions.

Le CRO implique souvent l'utilisation de techniques telles que l'AB testing, l'analyse des données, la personnalisation du contenu et l'optimisation du parcours utilisateur pour maximiser l'efficacité de la conversion et atteindre les objectifs fixés.

Cryptomonnaie

Monnaie numérique peer-to-peer, sans organisme central, utilisant la cryptographie pour la sécurité, comme Bitcoin, Ether.

CSAT (Customer Satisfaction Score)

Ratio classique et basique de satisfaction client sous forme d'une moyenne des notes obtenues sur 5 ou 10 (généralement avec des étoiles ou des smileys). Indicateur à suivre au long du cycle de vie du client et au gré des transformations de l'entreprise.

Le CSAT est utilisé pour évaluer le niveau de satisfaction globale des clients à un moment donné, en demandant leur avis sur leur expérience spécifique avec un produit, un service ou une interaction particulière. Il peut être mesuré à différents points du cycle de vie du client ou en fonction des différentes transformations de l'entreprise. Suivre le CSAT au fil du temps permet de détecter les tendances de satisfaction et d'identifier les domaines nécessitant des améliorations pour améliorer l'expérience client globale. Chaque touchpoint doit avoir un CSAT ou NPS associé.

CTR (Click Through Rate)

nombre de simples clics sur un lien (simple bouton, lien, display) sur le nombre d'expositions (visualisation ou impression). Taux moyen : 10 %

Le Click-Through Rate, ou taux de clics, est un indicateur utilisé pour mesurer l'attractivité d'un lien par le pourcentage d'utilisateurs qui cliquent sur un lien ou un élément spécifique

par rapport au nombre total d'utilisateurs qui ont été exposés à ce lien ou élément. Le CTR est couramment utilisé dans le marketing en ligne pour évaluer l'efficacité des campagnes publicitaires, des emails, des bannières ou d'autres éléments interactifs. Un CTR élevé indique un fort niveau d'engagement des utilisateurs, tandis qu'un CTR faible peut indiquer un manque d'intérêt ou de pertinence. Le CTR est calculé en divisant le nombre de clics par le nombre d'impressions ou d'expositions, puis en multipliant par 100 pour obtenir le pourcentage.

Ce ratio est très surveillé, notamment par des AB tests

Curation

C'est une veille stratégique d'aide à la décision pour les managers, les étapes de la curation sont :

Sélection des articles, supports + Agrégation en sujets + Éditorialisation + Contextualisation + Enrichissement + Partage avec les parties prenantes

La curation est la version moderne d'une revue de presse ou d'une pige, elle utilise des outils digitaux comme Scoop.it, Pocket ou Curata

Customer Data Platform (CDP)

Une CDP est une technologie marketing qui centralise et ordonne les données online et offline relatives aux profils des clients en vue de les exploiter plus efficacement. Elle permet de segmenter, de cibler et de personnaliser ses campagnes marketing afin d'amélio-

rer la relation client. Plus qu'une simple base de données, une CDP permet de diffuser ses données clients vers d'autres outils (logiciels d'emailing, CRM) et de rassembler les données issues de différentes sources.

CX ou Expérience client

L'expérience client ou CX renvoie aux émotions provoquées par l'ensemble des interactions d'un client avec une entreprise. À toutes les étapes du parcours client, de nombreux facteurs plus ou moins contrôlables peuvent influencer sa perception : la communication globale de l'entreprise, la tenue et l'ambiance générale dégagée au sein du point de vente, l'accueil et les conseils dispensés par un vendeur, l'usage même du produit ou du service, la relation avec le support client, etc. C'est la somme de ces éléments hétérogènes qui forge le ressenti du consommateur et qui influence directement sa satisfaction et son appréciation de la qualité de l'offre, du service et des relations avec la marque. Une expérience client positive a pour conséquence de transformer un client en client fidèle et, surtout, en ambassadeur potentiellement source de recommandation.

CXM (Customer Experience Management)

Le Customer Experience Management vise l'optimisation de l'expérience client en proposant au consommateur un parcours personnalisé en fonction de ses besoins et de ses attentes. L'étude et l'implémentation de solutions marketing ont pour but de favoriser la fidélisation du client et de le transformer en ambassadeur

pour l'entreprise. Le CXM exige notamment de prendre en considération les comportements et les émotions des consommateurs, mais aussi de décomposer chaque point de contact physique ou digital afin d'assurer une expérience client optimale de façon constante et, ainsi, décupler la satisfaction.

Cycle de vente

Un cycle de vente désigne le temps écoulé depuis la phase de prospection ou le premier contact d'un prospect avec une entreprise jusqu'à la vente et l'après-vente. Durée variable en fonction des caractéristiques du produit ou du service, le cycle de vente comporte en général une succession d'étapes clés (qu'on retrouve dans le sales funnel) : prospection, lead management, qualification, argumentation et levée des objections, proposition, négociation, signature et entretien de la relation client.



DAM

Digital Asset Management: outil informatique pour gérer le capital de contenus produit par une entreprise

DAO

Organisation autonome décentralisée - Entité autonome basée sur la blockchain et le code informatique.

DApp

Application décentralisée - Logiciel basé sur une blockchain.

Data visualization

La data visualization ou Dataviz regroupe l'ensemble des outils destinés à traduire des données brutes en représentations visuelles simplifiées afin d'en faciliter l'analyse et la compréhension. L'utilisation de diagrammes, graphiques, infographies et cartographies répond à un objectif de synthétisation de l'information, qui doit être rapidement accessible et à la portée de tous. La vocation de la data visualization est de permettre aux entreprises d'analyser un volume de données très conséquent afin de communiquer rapidement et efficacement à leur sujet et de prendre des décisions éclairées.

Deck (pitch)

Présentation de moins de 15 slides à fort impact, par opposition à une présentation traditionnelle de 60 diapositives en bullet points

Deep Tech

Les technologies lourdes nécessitant des investissements en recherche et en équipement

Deep web/Dark web

Parties non indexées ou cachées d'Internet, utilisées pour diverses activités. Le deep Web est accessible avec un simple navigateur, pour le Dark Web il faut un logiciel spécial (Tor).

DeFi / Finance décentralisée

Systèmes financiers basés sur la blockchain et la décentralisation.

Les prêts et les échanges de cryptomonnaie sont des applications DeFi. versus CeFi or TradFi

DEM Digital Experience Management/ Gestion de l'Expérience Digitale

Ensemble des pratiques et des stratégies visant à gérer de manière cohérente et optimale l'expérience des utilisateurs sur les plateformes et les canaux numériques. Cela inclut la conception, la personnalisation, l'optimisation et la mesure de l'expérience utilisateur à travers les sites Web, les applications mobiles, les réseaux sociaux et d'autres points de contact numériques. La gestion de l'expérience digitale vise à offrir aux utilisateurs une expérience fluide, engageante et pertinente, en tenant compte de leurs besoins, de leurs attentes et de leurs comportements.

DeSo

Plateforme sociale décentralisée utilisant la blockchain.

Digital Signage

Affichage numérique interactif dans les lieux publics.

Digital Workplace :

Plateforme numérique de travail mise en place

au sein d'une organisation pour faciliter la collaboration, la productivité et la communication des employés. Il s'agit d'un environnement de travail intégré qui regroupe tous les outils, applications et ressources nécessaires pour accomplir les tâches professionnelles au sein de l'entreprise.

La Digital Workplace englobe une variété d'outils et de technologies, tels que les intranets, les plateformes de collaboration en ligne, les applications de messagerie instantanée, les outils de partage de fichiers, les outils de gestion de projet, les espaces de travail virtuels, les applications de visioconférence, etc. Ces outils sont souvent hébergés sur le cloud pour permettre un accès facile et sécurisé de n'importe où et à tout moment.

L'objectif de la Digital Workplace est de favoriser la flexibilité du travail, en permettant aux employés de travailler de manière plus mobile, à distance ou en déplacement, tout en restant connectés et en collaborant efficacement avec leurs collègues et leur hiérarchie. Elle vise également à centraliser les informations et les processus de travail, à améliorer la communication interne, à faciliter le partage des connaissances et à renforcer l'engagement des employés.

En mettant en place une Digital Workplace efficace, les entreprises visent à optimiser la productivité, à accélérer les prises de décision, à réduire les délais de traitement des tâches, et à offrir une meilleure expérience utilisateur pour les employés. Un environnement de travail numérique bien pensé peut contribuer à renforcer la culture d'entreprise, à fidéliser les talents et à stimuler l'innovation au sein de l'organisa-

tion. Cependant, la mise en place d'une Digital Workplace réussie nécessite une planification soignée, une adoption et une formation adéquates des employés, ainsi qu'une attention particulière à la sécurité des données et à la protection de la vie privée.

Disruption

Perturbation radicale d'un marché ou d'une industrie par une innovation portée par une jeune entreprise avec un nouveau modèle d'affaires.

DL Digital Learning/Apprentissage Numérique

Utilisation des technologies numériques, telles que les plateformes d'apprentissage en ligne, les MOOC, SPOC, les modules d'e-learning, les webinaires et les ressources éducatives numériques, pour faciliter et améliorer les processus d'apprentissage. Le DL permet l'accès à des formations flexibles, interactives et personnalisées, en utilisant les avantages offerts par le numérique tels que l'apprentissage à son propre rythme, l'interaction en ligne avec les formateurs et les autres apprenants, ainsi que l'accès à des contenus riches et variés.

DM direct message ou mail/Message Direct

Technique de marketing direct consistant à envoyer du matériel publicitaire ou des communications ciblées directement aux destinataires par courrier postal. Il peut s'agir de brochures, de dépliants, de catalogues ou

de lettres promotionnelles. Dans le contexte des médias sociaux, le DM (Direct Message) désigne également l'envoi de messages privés sur des plateformes telles que Twitter ou Instagram pour communiquer directement avec d'autres utilisateurs.

DMA Digital Markets Act

Nouveau RGPD 2023 pour les géants. C'est une loi de l'Union européenne visant à réguler les grandes plateformes en ligne, notamment les géants technologiques considérés comme des acteurs clés du marché. Cette proposition de loi a été annoncée en décembre 2020 et fait partie d'un ensemble de réformes visant à promouvoir la concurrence et à réglementer les pratiques commerciales des grandes entreprises du secteur numérique. Elle est applicable en 2023.

- Définition des entreprises gatekeepers : Le DMA identifie les entreprises qui exercent une influence significative sur le marché numérique en fonction de critères tels que leur taille, leur portée et leur impact sur la concurrence. Ces entreprises sont qualifiées de "gatekeepers"
- Interdiction de certaines pratiques : Le DMA interdit certaines pratiques commerciales abusives, telles que l'autopromotion préférentielle, le traitement discriminatoire des concurrents et le blocage de l'accès aux données par d'autres entreprises.
- Transparence des algorithmes et des données : Il impose aux gatekeepers de fournir des informations sur le fonction-

nement de leurs algorithmes, ainsi que l'accès aux données nécessaires à la concurrence loyale.

- Mesures de non-discrimination : Les entreprises gatekeepers doivent traiter de manière équitable et non discriminatoire leurs utilisateurs, y compris les concurrents qui dépendent de leurs plateformes.
- Possibilité de séparation : En dernier recours, le DMA prévoit la possibilité de séparer certaines activités des entreprises gatekeepers pour rétablir la concurrence.

Voir DSA

DMP (Plateforme de Gestion de Données)

La DMP est un logiciel de gestion de données offline et online (cookies et services tiers) qui collecte, centralise, trie, stocke, gère et analyse les informations relatives aux visiteurs d'un site Web et aux clients d'une entreprise en vue de créer des profils et de mieux comprendre leurs comportements, leurs préférences et leurs besoins.

Elle permet de développer des campagnes marketing efficaces et plus ciblées, optimisées et stratégiques sur tous les canaux afin d'obtenir un meilleur ROI. Une DMP propose donc l'analyse et la qualification de son audience pour créer des segments et mieux cibler des profils de clients très précis. Elle optimise la connaissance des prospects et de leur comportement, et se révèle aussi un outil de mesure efficace des investissements marketing et publicitaire ;

les données sont souvent anonymisées.

Les DMP sont largement utilisées dans le domaine du marketing et de la publicité pour segmenter les audiences, personnaliser les messages et les offres, et optimiser les stratégies de ciblage, de diffusion des campagnes et le ROMI.

DN/DV (Distribution Numérique/Distribution Valeur)

Indicateur de présence dans la distribution. La DN indique le nombre de points de vente (physique ou virtuel) dans lesquels la marque est présente par rapport au nombre total de points de vente de l'univers. La DV représente la taille, la qualité ou la puissance des points de vente dans lesquels la marque est présente (CA des points de vente référencés sur le CA de tous les points de vente)

DNS (Système de Noms de Domaine)

Infrastructure réseau utilisée pour traduire les noms de domaine faciles à mémoriser (par exemple, www.exemple.com) en adresses IP numériques (par exemple, 192.0.2.1) utilisées par les ordinateurs pour communiquer sur Internet. Le DNS joue un rôle essentiel dans la résolution des noms de domaine et dans le routage des requêtes vers les serveurs correspondants.

DNVB Digital Native Vertical Brands/ Marque Verticale Numérique Native

Qui opèrent principalement en ligne (pure players) et se concentrent sur la vente d'un

produit ou d'une gamme de produits spécifiques. Les DNVB mettent souvent l'accent sur la qualité, l'expérience client et l'authenticité de leur marque. Elles adoptent une approche directe avec les consommateurs, en contournant les canaux de distribution traditionnels et en se concentrant sur la vente en ligne dans un premier temps. Les DNVB cherchent à établir une relation directe et durable avec leurs clients, en utilisant les avantages offerts par le numérique pour atteindre leur public cible de manière efficace. Dans certains cas les DNVB intègrent verticalement la distribution physique de leurs produits comme le slip français ou Jimmy Fairly ou Sezane

DSA Digital Services Act

Nouveau RGPD pour les géants en protection des utilisateurs. Le principe de base est que ce qui est illégal dans la vie réelle est interdit en ligne. Loi de l'Union européenne visant à réguler les services numériques en ligne, y compris les plateformes de médias sociaux, les moteurs de recherche, les places de marché en ligne, et d'autres acteurs clés de l'économie numérique.

- Responsabilité des plateformes : Le DSA établit des règles de responsabilité pour les plateformes numériques, les obligeant à prendre des mesures pour lutter contre la diffusion de contenus illégaux, tels que la désinformation, la haine en ligne et les contenus terroristes.
- Transparence et publicité des règles de modération : Les plateformes sont tenues de rendre leurs règles de modération des contenus plus transparentes

et de signaler les cas de suppression de contenus.

- Systèmes de signalement et de recours : Le DSA prévoit la mise en place de mécanismes de signalement pour les utilisateurs et d'un droit de recours pour les personnes dont les contenus ont été supprimés à tort.
- Mesures pour les gatekeepers : Comme le Digital Markets Act (DMA), le DSA cible également les grandes plateformes numériques en tant que "gatekeepers" et leur impose des obligations spécifiques pour garantir la concurrence équitable.

Protection des droits des utilisateurs : Le DSA vise à renforcer la protection des droits des utilisateurs en matière de publicité ciblée, de traçage en ligne et de collecte de données personnelles.

DSP/Demand Side Platform

La DSP est une solution d'achat et d'optimisation publicitaire destinée aux annonceurs et aux agences, c'est une plateforme technologique d'optimisation qui permet d'acheter en temps réel, impression par impression et de façon automatisée les inventaires proposés par les différents SSP auxquels le DSP est connecté.

La DSP recherche et groupe les tarifs d'espaces publicitaires display, mobile, search ad ou vidéo grâce à de puissants algorithmes, automatise l'achat des supports et espaces publicitaires et permet d'améliorer le ciblage. Ses utilisateurs peuvent optimiser les budgets dédiés aux campagnes de marketing digital en sé-

lectionnant les supports les plus avantageux, mais aussi les plus pertinents eu égard à leur cible et à leurs objectifs.

Dynamic Creative Optimization

technique de création dynamique permettant d'adapter la création et/ou le message en fonction du profil et en temps réel.

DYOR

Do Your Own Research, phrase souvent prononcée dans le cadre des nouveautés WEB3, chacun a le devoir de s'informer et de se former sur les nouvelles technologies



Edge Computing

Traitement des données près de leur source plutôt que dans le cloud ou sur des serveurs distants.

EdTech/Technologie éducative

Utilisation des technologies collaboratives, visuelles, adaptatives dans l'enseignement et la formation.

Par exemple : Google propose son application Primer pour comprendre le marketing digital en mobile et micro learning gamifié ; à tester de toute urgence, sauf en cas d'intolérance aux GAFA

Email Marketing

Tactique de campagne la plus personnelle et la plus puissante, qui doit donc être manipulée avec précaution et modération.

Empathie

La capacité à partager et à reconnaître les émotions ressenties par un autre être.

Dans le contexte du marketing de conversion, l'empathie vous permet de comprendre votre public cible, de créer des offres pertinentes et de vous engager avec lui de manière authentique. Permet de bien mettre au point les persona et leur carte d'empathie

Engagement

Nombre de personnes qui entreprennent une action (like, repost, retweet, commente...)

Par exemple : peu importe le nombre de VU (tout le monde et n'importe qui), mieux vaut se concentrer sur le REACH (pourcentage de cible), car l'engagement sera meilleur.

Engagement marketing

Fonctionnalités du marketing automation facilitant l'interaction avec un contenu marketing : elles se concentrent sur la gestion du cycle de vie client, la mise en place d'actions prédictives nourries de data ou les modèles d'attribution permettant de choisir les canaux propices à la conversion

ESG/Environnement, Social, Gouvernance

Facteurs de responsabilité sociale des entreprises (RSE) visant le Net Zero Carbon (bon objectif), mais tournant au carbon neutral par compensation (qui est un mauvais objectif)

ESN (Entreprise de Services du Numérique)

Les ESN (Entreprises de Services du Numérique), anciennement appelées SSII (Sociétés de Services en Ingénierie Informatique), sont des entreprises spécialisées dans la prestation de services liés aux technologies de l'information et de la communication. Les ESN fournissent des services de conseil, de développement, d'intégration, de maintenance et de support informatique à leurs clients, qui peuvent être des entreprises de divers secteurs. Les ESN jouent un rôle clé dans la mise en œuvre et la gestion des solutions technologiques pour leurs clients, en mettant l'accent sur les logiciels, les systèmes informatiques et les réseaux.

ESN, Enterprise Social Networking/ Réseau Social d'Entreprise

Plateforme numérique interne utilisée par les entreprises pour faciliter la communication, la collaboration et le partage d'informations entre les employés. Les ESN offrent des fonctionnalités similaires à celles des réseaux sociaux grand public, telles que la création de profils, les fils d'actualité, les groupes de discussion et les outils de messagerie, mais dans

un contexte professionnel. Les ESN visent à favoriser la collaboration, la transparence et l'engagement des employés au sein de l'organisation. Deux exemples Yammer de MS et Workplace de Meta, le premier est largement déployé, mais pas utilisé, le second est parfait, mais peu adopté

ESP Email Service Provider/Fournisseur de Services de Messagerie Électronique

Plateforme qui offre des services d'envoi et de gestion de campagnes d'email marketing. Les ESP fournissent des fonctionnalités telles que la création de modèles d'email, la gestion des listes de diffusion, le suivi des performances des campagnes et la gestion des désabonnements. Ils jouent un rôle clé dans la délivrabilité des emails, en s'assurant que les messages atteignent les boîtes de réception des destinataires et en aidant les entreprises à gérer leurs communications par email de manière efficace. N'envoyez JAMAIS d'emailing depuis votre email et logiciel d'entreprise, mais toujours par un ESP

ET (Trafic de Sortie)

Le trafic de sortie (ET, Exit Traffic) fait référence aux visiteurs qui quittent un site Web donné, généralement en fermant la fenêtre ou en cliquant sur un lien externe. Le trafic de sortie peut être mesuré et analysé pour comprendre les comportements des visiteurs, les pages qui ont le plus fort taux de sortie, ainsi que pour mettre en place des stratégies de rétention et d'engagement visant à prolonger la durée de visite et à réduire le taux de sortie.

ETF Exchange Traded Fund

Fond négocié en bourse, beaucoup d'actifs sont trop compliqués à acheter et échanger en bourse, donc un organisme crée un ETF de cet actif coté comme une action. Trop complexe d'acheter et stocker de l'or réel, mais facile d'acheter et d'échanger un ETF basé sur l'or. La grande question sur le Bitcoin est de savoir s'il est éligible à l'ETF

ETH (Ether).

L'Ether (ETH) est une cryptomonnaie qui fonctionne sur la blockchain Ethereum. Il s'agit de l'unité de valeur native de la blockchain Ethereum et est utilisé pour alimenter les transactions et les contrats intelligents sur cette plateforme. L'Ether est également utilisé comme moyen d'échange et de stockage de valeur, similaire au Bitcoin, mais avec des fonctionnalités et des utilisations supplémentaires spécifiques à la blockchain Ethereum.

Ethereum

Blockchain pour l'ETHER, les contrats intelligents, les NFT et les DApps.

ETL (Extract Transform Load)

Processus utilisé pour extraire des données à partir de différentes sources, les transformer dans un format cohérent et les charger dans une destination ou une base de données cible. L'ETL est couramment utilisé dans le domaine de l'intégration des données, où il permet de collecter, de nettoyer et de préparer les données pour une utilisation ultérieure dans

des applications analytiques, des entrepôts de données ou d'autres systèmes de gestion de l'information.

Exact Match Domaine EMD

Un paramètre de Google AdWords qui garantit que votre annonce n'est affichée que lorsque la requête de l'utilisateur correspond exactement à votre mot clé, ou est une variation proche (comme une forme plurielle ou une faute d'orthographe). Par exemple, si votre mot clé est "cirage", même un utilisateur cherchant "cirage noir" ne le verra pas.

Expérience collaborateur

Directement inspirée de l'expérience client, l'expérience collaborateur englobe la somme des expériences vécues et des interactions ayant lieu dans le cadre de l'activité professionnelle d'un employé au sein d'une entreprise.

L'analyse et l'amélioration de l'expérience collaborateur visent à répondre à une logique de motivation et de productivité, ainsi qu'à la volonté de fidéliser les profils au sein de l'entreprise.

Elle est également importante pour la cohérence globale de l'offre de l'entreprise : une entreprise qui soigne ses clients ne peut le faire qu'à la condition d'offrir une expérience similaire à ses collaborateurs, c'est la symétrie des attentions.

EXTENSION D'AUDIENCE

Technique par laquelle on adresse un segment d'audience différent par des actions

F

Fatigue des décisions

Une réaction psychologique négative au fait d'avoir trop de choix. Plus votre prospect est confronté à un grand nombre d'options, plus il ressent de l'anxiété, plus il a de chances de rebondir. Restez simple. Un objectif de campagne, un appel à l'action. N'oubliez pas le livre de Steve Krug : Don't make me think

Fiat

Fiat est un mot d'origine latine qui n'a rien à voir avec les voitures et qui est le synonyme de monnaie réelle et fiduciaire. Fiat signifie "qu'il soit ainsi" en latin et désigne une monnaie qui a un cours légal et imposé par l'émetteur, qui peut être un État ou un groupe d'États (dans le cas de l'euro), le yen ou le dollar US.

FinTech

Technologie financière - Innovation dans le secteur financier.

FLoC Federated Learning of Cohorts

Méthode de suivi des utilisateurs sur le Web tout en préservant leur vie privée. Elle vise à remplacer les cookies tiers, qui sont de petits fichiers de suivi utilisés par les annonceurs pour collecter des données sur le comportement des utilisateurs sur Internet. La FLoC fonctionne en regroupant les utilisateurs en "cohortes" (groupes) en fonction de leurs comportements

de navigation similaires, plutôt qu'en suivant individuellement chaque utilisateur.

FOMO/Fear of Missing Out.

Désigne la peur d'un internaute, d'un investisseur ou d'un trader de manquer une information ou une bonne affaire. Le FOMO pousse à agir de manière impulsive pour être sûr de prendre le train en marche en consultant frénétiquement les réseaux sociaux ou ses emails. Le FOMO est étroitement lié à la psychologie des foules et est très courant sur le marché des cryptomonnaies, qui comporte un grand nombre d'investisseurs ou de traders peu familiers avec les mouvements de marché.

Fork

Un fork, bifurcation, est la mise à jour du programme par fusion de la version de travail avec la version en exploitation (voir GIT). Si cette mise à jour modifie les règles de consensus, mais que ces nouvelles règles restent compatibles avec les précédentes, on parle de soft fork. Par analogie logicielle, un soft fork peut être comparé à une mise à jour Windows pour rendre le système plus sûr. Si, en revanche, les nouvelles règles de consensus induisent un tel changement qu'elles sont incompatibles avec les précédentes, un nouvel exemplaire de la blockchain est créé et on parle alors de hard fork. Une des deux blockchains appliquera dans ce cas les nouvelles règles, l'autre continuera à appliquer les anciennes.

FPD SPD TPD party data

Respectivement First, second, Third party

data; collecte et traitement des données par des tiers.

FrenchTech

Écosystème des start-ups et des entreprises technologiques en France. Il englobe l'ensemble des acteurs de la scène technologique française, y compris les entrepreneurs, les investisseurs, les incubateurs, les accélérateurs, les grandes entreprises, les institutions publiques et les associations qui soutiennent le développement de l'innovation et de la technologie. La French Tech a pour objectif de promouvoir l'entrepreneuriat et l'innovation en France, de favoriser la croissance des start-ups françaises, et de renforcer la compétitivité du secteur technologique français à l'échelle mondiale. Elle se caractérise par un esprit collaboratif, une forte communauté d'entrepreneurs, et des initiatives visant à faciliter l'accès au financement, à l'expertise et aux marchés internationaux pour les 28000 start-ups françaises. En somme, la French Tech représente l'écosystème dynamique et innovant de la technologie en France, et elle contribue à positionner la France comme un acteur majeur de l'industrie technologique au niveau mondial.

Friction

La résistance psychologique que les visiteurs rencontrent lorsqu'ils tentent de réaliser une action. La friction est un tueur de conversions généralement causé par des messages peu clairs, un manque d'information ou une mauvaise mise en page. Le langage et le jargon y sont pour beaucoup.

FUD

Fear, uncertainty and doubt (peur, incertitude et doute). Le FUD est une technique utilisée en marketing. Dans les cryptomonnaies, le FUD consiste à tenter d'influencer d'éventuels investisseurs ou traders en diffusant des informations négatives suffisamment vagues pour semer le doute. Le FUD consiste par exemple à dénigrer une cryptomonnaie ou un projet NFT.

Funnel/entonnoir

Désigne le parcours d'achat d'un client, illustré par un entonnoir représentant le processus de conversion (lorsqu'un prospect devient un client). Ce tunnel d'acquisition est un outil d'analyse d'audience marketing qui découpe précisément toutes les étapes du parcours client, de la prise de connaissance à l'acte d'achat. Il permet d'identifier les étapes décisives du processus de conversion, c'est-à-dire celles qui génèrent de la rétention ou celles qui constituent des points de fuite.

Le modèle de funnel le plus utilisé est AAARRR

Future of work

Concept englobant des outils, organisations et processus liés au travail et à l'environnement pour créer l'entreprise de demain et favoriser le travail hybride (mélange de bureau, domicile et tiers lieux). Il repose sur des notions de collaboration, d'amélioration de la productivité, d'optimisation des tâches, de flexibilité et de mobilité. Les technologies sont mises à contribution afin de créer un environnement agile et propice à l'échange afin que tous les

membres d'une équipe puissent partager une vision globale de la réalisation d'un projet. Le future of work dépend d'une profonde remise en question et d'une mutation de l'entreprise, déployées grâce à des technologies et des dispositifs destinés à tirer parti des compétences à forte valeur ajoutée des salariés.



Gartner

Entreprise de recherche et de conseil en technologie de l'information.

GenAI

L'IA générative (GenAI) est un type d'intelligence artificielle capable de créer une grande variété de données, telles que des images, des vidéos, de l'audio, du texte et des modèles 3D. À ne pas confondre avec AGI, l'intelligence artificielle générale prévue pour 2050 avec la singularité.

Génération

L'étude des différentes générations de population est essentielle pour comprendre les évolutions sociétales, les comportements d'achat et les attentes des consommateurs. Chaque génération est marquée par des influences sociales, culturelles et technologiques spécifiques qui façonnent leurs perspectives et leurs comportements. Parmi les générations les plus récentes, nous trouvons les Baby

Boomers, la génération X, la génération Y (également appelée les Millennials) et la génération Z (également connue sous les noms de Digital Natives ou GenC).

Il est à noter cependant que de nombreux sociologues se sont élevés contre les préjugés de compétence associés aux jeunes générations. Leurs critiques vont aussi à la moyennisation des comportements, souvent caricaturale.

Par ailleurs, les analyses hâtives sur les générations passent à côté de l'évolution —naturelle et éternelle —des personnes au cours de leur vie. L'entrée des jeunes générations sur le marché du travail, puis chacun des événements de la vie, les font en effet évoluer dans leurs goûts, leurs préférences et leurs inclinations.

Enfin, de nombreux sociologues se sont aussi élevés contre la classification par date —fortement fluctuantes et vagues —de ces générations, qui tendent à dresser des portraits unifiés de cohortes pourtant très différentes.

Baby Boomers

La génération des Baby Boomers fait référence aux personnes nées entre 1940 et 1965, avec une marge de six ans de plus ou de moins. Cette génération a été caractérisée par une augmentation significative du taux de natalité après la Seconde Guerre mondiale. Les Baby Boomers ont été témoins de nombreux changements sociaux et culturels, notamment les mouvements de libération des années 1960, l'avènement de la télévision, l'émergence de la musique rock et bien d'autres. En tant que génération vieillissante, les Baby Boomers représentent aujourd'hui une part importante

du marché et ont des préférences de consommation distinctes, avec une plus grande importance accordée à la qualité, à la fiabilité et à l'expérience.

Génération X

La génération X se situe généralement entre les années 1965 et 1985, avec une marge de huit ans de plus ou de moins. Cette génération a été témoin de la transition vers l'ère numérique et a été influencée par des événements tels que la chute du mur de Berlin, la crise pétrolière, l'émergence de la musique pop et l'essor de la culture du travail indépendant. Les membres de la génération X ont souvent été décrits comme étant plus sceptiques et indépendants, tout en étant conscients de l'importance de l'équilibre entre travail et vie privée. Ils ont été les premiers à adopter les technologies émergentes telles que les ordinateurs personnels et les téléphones mobiles.

Génération Y (Millennials)

La génération Y, également connue sous le nom de Millennials, se situe généralement entre les années 1979 et 1999, avec une marge de cinq ans de plus ou de moins. Les Millennials ont grandi à l'ère de l'Internet et des médias sociaux, ce qui a eu un impact significatif sur leur façon de communiquer, de consommer de l'information et d'interagir avec les marques. Ils ont été témoins de l'avènement des smartphones, des applications mobiles et de l'économie de partage. Les Millennials sont souvent décrits comme étant technologiquement compétents, axés sur la diversité, soucieux de l'environnement et à la recherche d'expériences

significatives. Ils sont également plus enclins à rechercher des opportunités professionnelles variées et à remettre en question les modèles traditionnels de travail.

Génération Z (Digital Natives, GenC)

La génération Z, également appelée Digital Natives ou GenC, se situe généralement entre les années 1994 et 2007, avec une marge de quatre ans de plus ou de moins. Les membres de cette génération ont grandi dans un monde où les technologies numériques étaient omniprésentes. Ils sont nés à l'ère des réseaux sociaux, des smartphones, de la connectivité permanente et de l'accès facile à l'information en ligne. La génération Z est souvent décrite comme étant multitâche, créative, socialement consciente et ayant une forte dépendance vis-à-vis de la technologie. Ils sont également plus susceptibles d'être engagés dans des causes sociales et de rechercher des marques et des produits qui correspondent à leurs valeurs.

La génération suivante dénommée (Alpha), née entre 2005 et 2016

de l'utilisation généralisée des appareils mobiles, les attentes des nouvelles générations, notamment la génération Y et la génération Z, vont au-delà des services mobiles traditionnels. Elles recherchent des "living services" (services de vie) qui s'intègrent de manière transparente à leur mode de vie et à leur expérience globale. Cela peut inclure des services personnalisés, une personnalisation accrue, une interaction en temps réel, une connectivité constante, une intégration avec

les médias sociaux et une approche centrée sur l'expérience utilisateur. Les marques et les entreprises doivent s'adapter à ces attentes changeantes et adopter une approche holistique pour offrir des services qui répondent aux besoins et aux désirs des nouvelles générations, au-delà de la simple utilisation du mobile.

Géo-Fencing

technologie qui permet aux spécialistes du marketing de créer un rayon virtuel autour d'une zone du monde réel et d'envoyer ensuite des messages aux appareils mobiles des gens lorsqu'ils y pénètrent. Tant que vous en avez la permission, la géolocalisation est un moyen efficace de faire du marketing auprès de personnes qui se trouvent dans le bon contexte pour se convertir.

GESTE (Groupement des Éditeurs de Contenus et Services en Ligne)

Le GESTE (Groupement des Éditeurs de Contenus et Services en Ligne) est une association regroupant des éditeurs de contenus et de services en ligne. Son objectif est de promouvoir et de défendre les intérêts des acteurs de l'industrie numérique en France, en favorisant le développement d'un environnement réglementaire et économique favorable. Le GESTE joue un rôle actif dans les débats liés aux enjeux du numérique, tels que la protection des droits d'auteur, la régulation des plateformes en ligne et la promotion de bonnes pratiques professionnelles.

GIGO (Garbage In Garbage Out)

GIGO (Garbage In Garbage Out) est un principe informatique qui signifie que si les données d'entrée sont de mauvaise qualité ou erronées, les résultats obtenus seront également de mauvaise qualité. En d'autres termes, si les données initiales sont incorrectes ou corrompues, les résultats ou les analyses basés sur ces données seront également faussés ou peu fiables. Ce principe souligne l'importance de la qualité et de l'intégrité des données utilisées dans les processus informatiques et analytiques.

GIT (Système de Gestion de Version)

GIT est un logiciel de gestion de version développé par Linus Torvalds, le créateur du système d'exploitation Linux. Il permet de suivre les modifications apportées aux fichiers sources d'un projet logiciel, en enregistrant les différentes versions et en facilitant la collaboration entre les développeurs. GIT est largement utilisé dans le développement de logiciels pour gérer les branches de code, fusionner les modifications et contrôler les versions du code source.

GitHub

Plateforme de développement collaboratif de logiciels basée sur Git. Rachetée par Microsoft

GO (Langage de Programmation de Google)

GO est un langage de programmation développé par Google. Il a été conçu pour être simple, efficace, concurrent et adapté aux systèmes

distribués et aux applications Web. GO se caractérise par une syntaxe claire et concise, une gestion automatique de la mémoire. Il est largement utilisé pour le développement d'applications et de services chez Google, ainsi que par la communauté des développeurs.

GO Roadmap Goal Oriented Roadmap/ Planification Orientée vers les Objectifs

La planification orientée vers les objectifs (GO Roadmap) est une approche de planification stratégique qui met l'accent sur la définition claire des objectifs et des résultats attendus, ainsi que sur les mesures nécessaires pour les atteindre. Une GO Roadmap permet de définir une feuille de route ou un plan d'action qui guide les efforts et les ressources vers la réalisation des objectifs stratégiques de l'entreprise. Cette approche favorise la concentration sur les résultats et la création de valeur à long terme.

GP (Associé Général)

GP (General Partner) est un terme utilisé dans le domaine du capital-risque pour désigner un associé général d'un fonds d'investissement. Les GPs sont responsables de la gestion du fonds, de la recherche et de l'analyse des opportunités d'investissement, de la prise de décision concernant les investissements et de l'accompagnement des start-ups dans lesquelles le fonds investit. Les GPs jouent un rôle clé dans l'évaluation des opportunités, la sélection des projets à financer et la création de valeur pour les investisseurs et les start-ups du portefeuille. Contrairement aux LP limited

partner qui apporte un investissement, mais ne s'implique pas dans la gestion.

GPT

Generative Pre-trained Transformer 3 (GPT-3) est un grand modèle de langage (LLM large language model) publié par OpenAI en 2020. Rendu célèbre par ChatGpt grace à un UI simple. Dans l'histoire récente de la Tech, il y aura le iPhone moment et le ChatGpt moment : deux dates marquantes dans l'adoption brutale des innovations

Green Tech.

Technologies respectueuses de l'environnement visant à inverser les courbes de CO2, gaz à effet de serre et biodiversité.

Growth

Croissance rapide d'une entreprise, souvent liée à l'acquisition (trop) rapide de clients et à la levée de fonds en SEED ou SerieA

Growth Hacker/Pirate de la croissance

Créé par Sean Ellis, qui définit les hackers de croissance comme des personnes dont "le vrai nord est la croissance".

Growth hacking

Le Growth Hacking est une approche du marketing axée sur la croissance rapide d'une entreprise ou d'un produit en utilisant des techniques créatives, innovantes, peu coûteuses et parfois non éthiques tout en restant légales :

« Hack de croissance » ou optimisation du tunnel de conversion au service d'une stratégie de croissance rapide.

Les Growth Hackers sont des professionnels qui cherchent des moyens non conventionnels de stimuler la croissance, en exploitant notamment les leviers numériques, les réseaux sociaux, l'analyse de données et l'expérimentation rapide. L'objectif est d'acquérir rapidement de nouveaux utilisateurs ou clients, de stimuler l'engagement et de favoriser la viralité.

GRP Gross Rating Point

Mesure d'audience publicitaire, mais surtout de pression publicitaire qui calcule le pourcentage de la cible touché (couverture) par la fréquence (nombre de fois qu'une personne est touchée).

Gwei

Toute petite somme d'ETHER, unité de mesure de la tarification de fonctionnement (gas) la blockchain Ethereum. 1 ETH = 1000000000 Gwei. 1 Gwei = 10⁻⁹ ETHER



H1, H2, H3...

Les différents niveaux de titre à l'intérieur d'une page Web sont utilisés pour organiser et structurer le contenu. Ces balises HTML, également connues sous les noms de H1, H2, H3

(et ainsi de suite), sont utilisées pour définir la hiérarchie des titres et sous-titres dans une page Web.

H1 (Heading 1 ou titre 1)

Le H1 correspond au titre principal de la page. Il est généralement utilisé une seule fois par page et représente le titre le plus important. Le H1 joue un rôle crucial pour le référencement et doit être choisi avec soin pour refléter le sujet principal de la page.

H2 (Heading 2 ou titre 2)

Le H2 est utilisé pour les titres de section ou les sous-titres importants. Il permet de subdiviser le contenu de la page en sections claires et identifiables. Les titres H2 sont souvent utilisés pour structurer les articles ou les parties principales d'une page.

H3 (Heading 3 ou titre 3)

Le H3 est utilisé pour les sous-titres des sections définies par les titres H2. Il permet de créer une hiérarchie supplémentaire au sein des sections principales. Les titres H3 peuvent être utilisés pour organiser davantage le contenu et rendre la lecture plus fluide.

H4, H5, H6 (et ainsi de suite)

Ces niveaux de titre supplémentaires peuvent être utilisés pour une structure de contenu encore plus détaillée. Cependant, il est important de noter que l'utilisation excessive de sous-titres peut rendre la page confuse et difficile à lire. Il est recommandé de garder la

structure des titres aussi simple et cohérente que possible.

L'utilisation appropriée des niveaux de titre contribue à une expérience de lecture agréable pour les utilisateurs et facilite la compréhension du contenu.

De plus, les moteurs de recherche utilisent également ces balises de titre pour comprendre la structure de la page et indexer le contenu de manière appropriée. Il est donc essentiel d'utiliser les balises de titre de manière cohérente et sémantique pour améliorer la convivialité et le référencement de la page.

Hash

Une chaîne de caractères, générée par une fonction de hachage : empreinte visant à authentifier une donnée initiale (parfois inconnue), en pouvant la comparer avec d'autres empreintes.

En cryptographie, l'empreinte est le résultat de l'application d'un logiciel de chiffrement à un message donné. Quelle que soit la nature des données entrées dans le logiciel de chiffrement, l'empreinte aura toujours la même syntaxe, c'est-à-dire le même nombre et le même type de caractères.

Par exemple, chiffrement SHA256 de « marketing » -> "marketing" → 7f54ec3182a088ba7d13350824794f8e6b76e

Hash Rate

Mesure de la puissance de calcul d'un réseau blockchain.

Holacracy

Structure organisationnelle sans hiérarchie traditionnelle.

HTML (Langage de Balisage Hypertexte)

HTML (Hyper Text Markup Language) est le langage de balisage utilisé pour structurer et présenter le contenu des pages Web. Il définit la structure et les éléments d'une page Web, tels que les titres, les paragraphes, les liens, les images, les tableaux, etc. HTML est le langage de base utilisé pour créer des pages Web et est interprété par les navigateurs Web pour afficher le contenu de manière appropriée.

HTTP (Protocole de Transfert Hypertexte)

HTTP (Hypertext Transfer Protocol) est un protocole de communication utilisé pour transférer des informations sur le Web. Il permet aux navigateurs Web et aux serveurs de communiquer entre eux en demandant et en fournissant des ressources, telles que des pages Web, des images, des fichiers, etc. HTTP est le protocole de base utilisé pour l'accès aux sites Web et la navigation sur Internet.

HTTPS (Protocole de Transfert Hypertexte Sécurisé)

HTTPS (Hypertext Transfer Protocol Secure) est une version sécurisée du protocole HTTP. Il utilise un protocole de sécurisation des communications appelé SSL/TLS (Secure Sockets Layer/Transport Layer Security) pour chiffrer

les données échangées entre les navigateurs Web et les serveurs. HTTPS est utilisé pour sécuriser les transactions en ligne, les échanges de données sensibles, les connexions aux sites bancaires, etc., en garantissant la confidentialité et l'intégrité des informations transmises.

Hybrid Work

Combinaison de travail en présentiel et à distance.



IA (Intelligence Artificielle)

L'IA (Intelligence Artificielle) est un domaine de l'informatique qui se concentre sur la création de systèmes et de machines capables de réaliser des tâches qui nécessitent normalement l'intelligence humaine. L'IA vise à développer des programmes informatiques et des systèmes qui peuvent apprendre, raisonner, résoudre des problèmes, reconnaître des objets, comprendre le langage naturel, prendre des décisions, etc. Les techniques d'IA comprennent l'apprentissage automatique, les réseaux neuronaux, l'apprentissage en profondeur, la vision par ordinateur, le traitement du langage naturel, etc.

IAB (Bureau de la Publicité Interactive)

Gendarme de la publicité online (Internet, mobile, réseaux sociaux, streaming...). L'IAB définit les formats publicitaires et les bonnes

pratiques. Les adblockers obligent l'IAB à durcir ses procédures. L'IAB (Interactive Advertising Bureau) est une organisation professionnelle qui rassemble les acteurs de l'industrie de la publicité interactive. L'IAB joue un rôle clé dans le développement et la promotion de normes, de bonnes pratiques et de lignes directrices pour la publicité en ligne, notamment en ce qui concerne la transparence, la protection de la vie privée, la mesure des performances et l'innovation. L'IAB favorise également la recherche, l'éducation et la sensibilisation dans le domaine de la publicité interactive.

ICANN (Corporation pour l'Attribution des Noms de Domaine et des Numéros sur Internet)

L'ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) est une organisation à but non lucratif chargée de coordonner et de superviser les systèmes de noms de domaine (DNS) et les adresses IP sur Internet. L'ICANN est responsable de l'attribution des noms de domaine, de l'administration des adresses IP, de la gestion des serveurs racines du DNS et de la réglementation des registres et des bureaux d'enregistrement de noms de domaine. Son rôle est essentiel pour assurer le bon fonctionnement et la stabilité d'Internet.

ICO (Offre Initiale de Jetons)

Une ICO (Initial Coin Offering) est une méthode de financement utilisée par les projets basés sur la technologie de la blockchain et les cryptomonnaies. Une ICO permet aux entreprises de lever des fonds en vendant des

jetons numériques (tokens) aux investisseurs, en échange de cryptomonnaies plus établies, telles que le Bitcoin ou l'Ethereum. Les ICO ont gagné en popularité en tant que moyen de financement pour les projets blockchain et sont souvent utilisées par les start-ups pour lever des fonds afin de développer leurs produits ou leurs plateformes.

Une ICO (Initial coin offering, ou Offre initiale de jeton) est une levée de fonds en cryptomonnaies. Lors d'une ICO, une nouvelle cryptomonnaie est créée, et le public est invité à investir dans ce nouveau token avec généralement des ETH, mais cela peut aussi être des bitcoins ou autres monnaies "sûres". L'investisseur prend donc le risque de céder des monnaies de référence contre une monnaie qui n'existe pas encore et qui n'existera peut-être jamais. Nombreuses sont les arnaques parmi les ICO. La France travaille actuellement sur la définition d'un cadre juridique pour les ICO. Pour en savoir plus, nous avons réalisé une vidéo sur les Initial Coin Offering.

ICP Ideal Customer Profile

Persona ou buyer persona idéal pour l'entreprise.

Identifier by Advertiser (IDFA)

Identifiant unique anonymisé attribué par Apple à un appareil utilisateur. Il permet à une application mobile installée de suivre le comportement de l'utilisateur sur d'autres applications, sites Web ou propriétés hors ligne de différentes entreprises à des fins de ciblage publicitaire, de personnalisation et de mesure.

Son pendant pour Android est le Google Advertiser ID (GAID)

IHM (Interaction Homme-Machine)

désigne le domaine d'étude et de conception des interfaces entre les utilisateurs et les systèmes informatiques. L'IHM vise à créer des interfaces conviviales et intuitives qui facilitent l'interaction entre les humains et les machines, notamment les ordinateurs, les applications logicielles, les sites Web, les appareils mobiles, etc. L'IHM implique la conception de menus, de boutons, de formulaires, de visualisations graphiques et d'autres éléments d'interface pour rendre l'expérience utilisateur agréable, efficace et satisfaisante.

IIoT

Industrial IOT, il s'agit généralement de capteurs qui produisent des centaines de données à la minute sur tout ce qui peut se mesurer (vitesse, chaleur, humidité, pression, usure...)

IMAP (Protocole d'Accès aux Messages Internet)

IMAP (Internet Message Access Protocol) est un protocole de communication utilisé pour accéder aux boîtes aux lettres électroniques et récupérer les messages électroniques. Contrairement au protocole POP (Post Office Protocol) ou SMTP, qui téléchargent les messages sur l'appareil de l'utilisateur, IMAP permet aux utilisateurs d'accéder aux messages stockés sur un serveur de messagerie à distance. Cela permet aux utilisateurs d'accéder à leurs messages à partir de différents appareils tout en

conservant une synchronisation entre les appareils et le serveur.

Impressions

Nombre de fois où une publicité s'affiche (avec des critères d'affichage discutables, car non visibles ou trop courts). Exemple : nous avons des milliers d'impressions sur notre post LinkedIn « devenir riche en 4 heures par semaine », mais je ne suis pas sûr d'avoir eu des commandes

InApp

InApp fait référence à l'affichage ou à l'achat de biens ou de services au sein d'une application mobile (app). Elle permet aux utilisateurs d'effectuer des transactions, telles que l'achat de contenu numérique, l'abonnement à des fonctions premium ou des achats in-app, directement à partir de l'interface de l'application. Les modèles de monétisation InApp sont devenus populaires parmi les développeurs d'applications et les entreprises comme moyen de générer des revenus et d'offrir une valeur ajoutée aux utilisateurs au sein de l'écosystème de l'application.

Inbound

Stratégie marketing axée sur l'attraction des clients par du contenu de qualité plutôt que par un bombardement publicitaire (carpet bombing). Une approche marketing basée sur les autorisations qui vise à attirer des prospects par le biais de contenus utiles, d'engagement et d'optimisation. Conçu par Brian Halligan, PDG de HubSpot, le marketing entrant consiste à développer un contenu impression-

nant pour attirer et convertir des prospects qualifiés.

Pratiqué en B2B, le marketing entrant a pour but de transformer un contact en prospect, puis en client puis en ambassadeur. Il s'agit d'attirer une audience par du contenu pertinent (blog, événement, newsletter, etc.) puis de récolter progressivement des informations par des formulaires (progressive profiling), nourrir et faire grandir la relation.

Incubateur/Accélérateur

Organisme chargé d'aider le développement des start-ups en échange d'une partie du capital (3 à 7%). Le plus prestigieux des incubateurs est YCombinator qui a inventé le « mentoring for equities » (littéralement des conseils contre les actions).

Inherent Virality ou buzz

Lorsqu'un produit ou un service comporte un élément inhérent qui incite les utilisateurs à inviter d'autres personnes à en profiter.

InStream

La publicité InStream désigne le placement de publicités dans un contenu vidéo en ligne. Ces publicités sont affichées avant, pendant ou après la lecture de la vidéo et peuvent prendre différentes formes, telles que des publicités pre-roll, mid-roll ou post-roll. Les publicités InStream sont couramment utilisées sur des plateformes comme YouTube ou des services de streaming, et elles permettent aux annonceurs d'atteindre un public ciblé pendant qu'il

est en train de regarder un contenu vidéo.

Interopérabilité

Capacité des systèmes à fonctionner ensemble de manière transparente. Par exemple : capacité de certaines plateformes (exemple DSP, SSP ou DMP) à fonctionner ensemble, et ce, sans restriction d'accès, de fonctionnalité ou de mise en œuvre.

Interruption

Une technique de conception axée sur l'attention qui interrompt délibérément le flux de l'expérience utilisateur pour capter son attention - par exemple, une rupture de conception visuelle dure ou l'utilisation d'un pop-up en quittant une page. L'interruption peut être puissante, mais doit être utilisée avec parcimonie pour éviter d'énerver les gens.

IOB

Internet of Behavior, Internet des comportements. Grâce, ou à cause, de la convergence de tous les objets connectés il devient possible de prédire le comportement d'un segment de population

IOT

L'Internet des objets (IdO) désigne le réseau d'appareils physiques, de véhicules, d'appareils électroménagers et d'autres objets interconnectés, dotés de capteurs, de logiciels et de capacités de connectivité. Ces appareils peuvent collecter et échanger des données, ce qui leur permet d'interagir entre eux et d'ef-

fectuer diverses tâches de manière autonome. L'IdO a des applications dans divers domaines, notamment la domotique, les soins de santé, les transports, la fabrication et bien d'autres encore, ce qui permet d'améliorer l'efficacité, l'automatisation et la prise de décision fondée sur des données.

IP

Désigne l'adresse unique attribuée à chaque appareil connecté à un réseau informatique, ce qui leur permet de communiquer entre eux. IPv4 (par exemple, 55.25.57.244) et IPv6 sont deux versions de l'adressage IP.

IPFS

InterPlanetary File System - Système de stockage décentralisé de fichiers.

IPI

Les IPI sont des informations personnelles identifiables. Il s'agit de toute information pouvant être utilisée pour identifier une personne, comme son nom, son adresse, son numéro de sécurité sociale, son adresse électronique ou son numéro de téléphone.

Les IPI sont sensibles et soumises aux réglementations en matière de protection de la vie privée et des données.

Les organisations qui collectent, stockent ou traitent des IPI sont tenues de mettre en œuvre des garanties et des mesures de sécurité pour protéger la confidentialité et l'intégrité de ces informations.

IPM

L'IPM (In Product Messaging) est une méthode de diffusion de messages et d'informations ciblés aux utilisateurs directement au sein d'un produit ou d'une application. Au lieu de s'appuyer sur des canaux distincts comme les blogs ou les lettres d'information par courrier électronique, l'IPM permet aux entreprises de communiquer avec leurs utilisateurs en temps réel pendant qu'ils utilisent activement le produit. Cette communication peut prendre la forme de notifications, de fenêtres contextuelles, d'infobulles ou de contenu intégré. L'IPM est particulièrement efficace pour fournir des informations pertinentes, une aide à l'intégration, des mises à jour de fonctionnalités et des opportunités de vente au sein même du produit, améliorant ainsi l'expérience et l'engagement de l'utilisateur.

IPO

Introduction en Bourse d'une entreprise.

IPTV

La télévision sur protocole Internet (IPTV) est un système qui diffuse du contenu télévisuel et des services de vidéo à la demande sur un réseau IP, tel que l'Internet, au lieu des formats traditionnels de télévision terrestre, par satellite ou par câble. La TVIP permet aux utilisateurs de diffuser des chaînes de télévision en direct, des vidéos à la demande et du contenu interactif directement sur leurs appareils connectés à l'Internet, tels que les téléviseurs intelligents, les ordinateurs ou les smartphones.

IRL

IRL signifie “In Real Life” (dans la vraie vie) et est souvent utilisé pour distinguer les expériences ou les interactions qui se produisent hors ligne ou dans la réalité physique, par opposition aux expériences en ligne ou virtuelles. Il s’agit d’activités ou d’événements qui se déroulent dans le monde physique, d’interactions en face à face et d’environnements réels, par opposition aux environnements numériques ou virtuels.

ISP

ISP signifie Internet Service Provider, également connu sous le nom de “FAI” (Fournisseur d’Accès Internet). Un FAI est une société ou une organisation qui fournit une connectivité Internet et des services connexes aux particuliers, aux entreprises et à d’autres entités. Les FAI proposent différents types de connexions Internet, telles que l’accès commuté, la large bande, le DSL, le câble, la fibre optique ou le sans-fil, permettant aux utilisateurs d’accéder à l’Internet et à des services connexes.

ISSB International Sustainability Standards Board

Dirigé par Emmanuel Faber (ex-patron général de Danone), l’International Sustainability Standards Board (ISSB) est un organisme international chargé d’élaborer des normes de reporting et de divulgation en matière de durabilité. Il a pour objectif de créer un cadre mondial cohérent pour les entreprises et les organisations afin de rendre compte de leurs performances environnementales, sociales et de gouvernance (ESG). L’ISSB vise à standar-

diser la manière dont les entreprises communiquent sur leurs engagements et leurs actions en matière de développement durable. Cette initiative vise à favoriser la transparence, la comparabilité et la crédibilité des informations ESG pour les investisseurs, les régulateurs et le grand public à l’échelle internationale. Voir aussi SBTi lxD

La conception d’interaction (lxD) est la pratique qui consiste à concevoir des produits, des systèmes et des services numériques interactifs en mettant l’accent sur l’amélioration de l’expérience de l’utilisateur et de la facilité d’utilisation. Il s’agit de créer des interactions intuitives et significatives entre les utilisateurs et les interfaces numériques, en tenant compte de facteurs tels que le comportement de l’utilisateur, l’architecture de l’information, la conception visuelle et la réactivité. Les concepteurs d’interaction visent à créer des expériences transparentes et attrayantes qui répondent aux besoins et aux objectifs des utilisateurs.



JOMO/Joy Of Missing Out

État d’esprit ou un sentiment de contentement et de satisfaction à rester déconnecté des activités sociales ou des événements qui se déroulent en ligne. C’est le contraire de FOMO (Fear Of Missing Out), où les individus se sentent anxieux ou inquiets de manquer des expériences sociales ou des événements par-

tagés sur les médias sociaux. Le JOMO repose sur l'idée qu'il faut trouver le bonheur et l'épanouissement dans les activités hors ligne, le temps personnel et les relations dans le monde réel.

JS

JS est l'abréviation de JavaScript, un langage de programmation populaire couramment utilisé pour développer des contenus Web interactifs et dynamiques. JavaScript permet aux développeurs d'ajouter des fonctionnalités, de l'interactivité et des comportements aux sites Web, ce qui permet des fonctions telles que la validation de formulaires, des éléments interactifs, des mises à jour dynamiques, etc.

JSON

JSON est l'abréviation de JavaScript Object Notation, un format d'échange de données léger. Il est couramment utilisé pour stocker et transmettre des données structurées entre un serveur et une application Web, à la place de XML. JSON est facile à lire et à écrire pour les humains et peut être analysé et généré par un large éventail de langages de programmation, ce qui en fait un choix populaire pour l'échange de données dans les API Web et d'autres applications.

Jumeau numérique

Copie numérique d'un objet physique, cet objet peut être un bâtiment, une montre de luxe, une partie de corps humain, voire une ville entière.

K

Keyword/Mot clé

Mot (ou expression couple de mots, triplet, phrase) saisi dans un moteur de recherche, que les entreprises peuvent cibler dans le cadre de leurs campagnes publicitaires. Exemple : Lorsque les internautes recherchent le mot clé « panneau solaire Lyon », le lien vers notre site apparaît naturellement et gratuitement

Keyword Research/Recherche par mots clés

Le processus de découverte des mots clés que vous devez cibler dans vos campagnes de PPC. Les mots clés optimaux sont pertinents pour votre offre et font l'objet d'une recherche active.

KHOL

Kering, Hermès, L'Oréal et LVMH (luxury GAFA à la française)

KOL Key Opinion Leader

Individus ou de personnalités qui exercent une influence, une expertise ou une audience significative dans une industrie ou un domaine spécifique.

Les KOL sont souvent recherchés par les marques pour des collaborations, des endorsements ou en tant qu'ambassadeurs pour promouvoir leurs produits ou services. Ils ont une

forte présence sur les plateformes de médias sociaux et peuvent façonner les opinions et les tendances parmi leurs adeptes.

KPI Key Performance Indicator/Indicateurs Clé de Performance

paramètre mesurable utilisé pour évaluer le succès et la performance d'une personne, d'une équipe, d'un département ou d'une organisation dans la réalisation d'objectifs clés.

Les KPI varient en fonction des objectifs spécifiques et peuvent inclure des mesures liées aux ventes, au chiffre d'affaires, à la satisfaction des clients, au trafic sur le site Web, aux taux de conversion, etc.

Ils permettent de connaître les tendances en matière de performance, de suivre les progrès réalisés et d'orienter la prise de décision.

KYC Know your customer

série de vérification, généralement obligatoires, avant d'autoriser un client à utiliser certains services (banque, assurance, crypto...) par un ensemble de procédures que les entreprises suivent pour vérifier l'identité de leurs clients.

La connaissance du client aide les entreprises à évaluer l'identité, la fiabilité et les risques associés à leurs clients afin de prévenir la fraude, le blanchiment d'argent ou d'autres activités illicites.

Le respect des règles KYC est souvent une obligation légale et fait partie des processus de diligence raisonnable à l'égard de la clientèle.



LAB126

LAB126 est une filiale de recherche et développement d'Amazon. Le nom LAB126 a été choisi parce que les lettres 1-2-6 correspondent aux positions alphabétiques des lettres A-Z, épelant "A-m-a-z-o-n" lorsqu'elles sont appliquées. LAB126 est connu pour son travail de développement de produits électroniques grand public innovants, tels que le lecteur électronique Kindle, les boutons Dash, les haut-parleurs intelligents Echo, les tablettes Fire et d'autres appareils.

LAMP

LAMP est un acronyme qui signifie Linux, Apache, MySQL et PHP. Il s'agit d'une pile logicielle (stack technique) populaire utilisée pour créer et déployer des sites Web dynamiques et des applications Web. Linux est le système d'exploitation, Apache est le logiciel de serveur Web, MySQL est le système de gestion de base de données relationnelle et PHP est le langage de script côté serveur. LAMP constitue une base solide et ouverte pour le développement de sites Web.

Landing Page/Page d'accueil

Une page spécifique à la campagne, distincte de votre site Web principal, qui a un objectif et un appel à l'action. Une page de renvoi peut être une page de génération de prospects ou une page de clic pour le commerce électro-

nique. Vous devez toujours envoyer le trafic de la campagne vers une page de destination spécifique.

Landing Page Design/Conception de la page d'accueil

Les aspects visuels, architecturaux et expérientiels de votre page d'accueil. Un beau design de page d'accueil n'est pas seulement beau, il est aussi optimisé pour la conversion. Chaque élément du design de votre page doit inciter les visiteurs à passer à l'action.

Landing Page Element/Élément de la page d'accueil

Unités discrètes de la page d'accueil.

Chaque page doit comporter cinq éléments clés : une proposition de vente unique, une photo de héros, des avantages clairs, une preuve sociale et un appel à l'action unique CTA.

La combinaison de ces éléments constitue une recette infallible pour une page de destination à fort taux de conversion.

Landing Page Headline/Titre de la page d'accueil

Premier élément que les gens voient sur votre page d'accueil. Un titre de page H1 doit clairement transmettre votre proposition de valeur unique tout en correspondant au lien sur lequel vous avez cliqué pour arriver là et à bouton d'appel à l'action CTA sur vous devez cliquer.

Landing Page Optimization/Optimisation de la page d'accueil

Le processus d'amélioration continue du taux de conversion d'une page de renvoi par le biais de tests A/B. Pour réussir l'optimisation d'une page de renvoi, il faut trouver un équilibre entre les commentaires des clients, l'intuition, les meilleures pratiques et une recherche rigoureuse. Testez tout et vous apprendrez ce qui fonctionne pour votre entreprise.

Lead Generation/Génération de prospects

Souvent abrégée en "lead gen", la génération de prospects est le processus qui consiste à attirer et à convertir des prospects qualifiés pour remplir votre entonnoir de vente. Il existe de nombreux types de campagnes de génération de prospects, mais l'objectif est généralement le même : recueillir l'email d'un utilisateur et assurer le suivi de la maturation de prospects. Le moyen le plus efficace d'optimiser vos campagnes de marketing pour obtenir plus de prospects est d'utiliser des pages de renvoi, des formulaires, des offres fortes et des appels à l'action clairs.

Lead nurturing/maturation de prospects

L'acte d'éduquer une piste et de la faire passer par les étapes du cycle de vie du client de votre entreprise, en améliorant la qualité de cette piste au fil du temps. Le lead nurturing consiste à établir une relation de confiance et de réciprocité avec vos prospects. C'est une méthode

de marketing relationnel qui encourage à entretenir, à renforcer et à faire progresser la relation avec des prospects encore éloignés de la phase d'achat. Ce process consiste à favoriser les interactions entre le lead et l'entreprise afin d'instaurer un climat de confiance et de le faire progresser dans le tunnel de conversion (sales funnel) pour le transformer en client. Le lead nurturing s'inscrit dans une logique d'inbound marketing, qui repose sur la délivrance de contenu à forte valeur ajoutée (formations, webinaire, conférences, exposition, newsletters, séquences email, etc.) au prospect. En plus de recueillir de précieuses données sur un prospect, le lead nurturing offre tous les éléments dont celui-ci a besoin pour devenir un acheteur.

Lead scoring

Note attribuée aux contacts ou prospects : elle est calculée selon divers critères en fonction du client idéal type, le « buyer persona ». Cette pratique permet d'apprécier le potentiel des leads, de prioriser et de personnaliser les actions.

Leads

Un prospect est une personne qui a montré son intérêt pour votre entreprise en fournissant son adresse électronique ou d'autres coordonnées. Ces contacts commerciaux qualifiés dans le cycle d'achat, autrement dit des prospects ou clients potentiels ayant manifesté leur intérêt pour un produit, une entreprise ou un service via un commercial ou un support (formulaire Web, appel téléphonique, email, demande de devis, etc.). Ils représentent donc

une piste commerciale au potentiel avéré et une opportunité de conversion à exploiter pour l'entreprise. Le lead est dit «qualifié», car il a transmis ses coordonnées, preuve de sa volonté explicite d'être recontacté. Les commerciaux ont le rôle de convertir ces leads en clients afin de viser un bon taux de conversion cf. MQL SQL

Lean

Méthode d'optimisation des processus et de réduction des gaspillages.

LeWagon

Bootcamp de code français, 9 semaines pour apprendre à coder ou la data analyse

Licorne

valorisée plus d'un milliard d'euros (la valorisation ne renseigne en rien sur le CA ou le profit)

Lightning Network

Le Lightning Network (Réseau Éclair) est une couche secondaire du protocole Bitcoin. Celui-ci vise entre autres à améliorer considérablement la scalabilité du réseau Bitcoin pour résoudre les problèmes d'engorgement lors des montées en charge. L'idée du Lightning Network est de proposer une surcouche au réseau Bitcoin pour passer certaines transactions off chain sur un canal de paiement. Les seules transactions enregistrées sur la Blockchain seront l'ouverture et la fermeture du canal de paiement. Le Lightning Network permet d'accélérer considérablement la

vitesse des transactions, et d'alléger également sensiblement les frais.

LLM large language model

Un grand modèle de langage (LLM) est un algorithme d'apprentissage en profondeur qui peut effectuer diverses tâches de traitement du langage naturel (NLP). Les grands modèles de langage utilisent des modèles de transformateur et sont entraînés à l'aide d'ensembles de données importants. Cela leur permet de reconnaître, traduire, prédire ou générer du texte, des images ou tout autre contenu.

LMS

LMS signifie Learning Management System (système de gestion de l'apprentissage). Il s'agit d'une application logicielle ou d'une plateforme utilisée pour gérer et fournir des programmes d'apprentissage et de formation en ligne. Le LMS offre des fonctionnalités permettant de créer, d'organiser, de distribuer et de suivre des contenus éducatifs, tels que des cours, des modules, des quiz et des évaluations. Il permet aux organisations, aux établissements d'enseignement et aux entreprises de proposer des expériences d'apprentissage en ligne et de suivre les progrès des apprenants.

Loi de Moore

Observation sur la croissance exponentielle de la puissance de calcul.

Long Tail

Stratégie de vente de produits de niche sur

le marché, on en vend peu, mais on gagne beaucoup.

Long Tail Keywords/Mots clés de la Longue Traîne

Mots clés ciblés pour des requêtes de recherche très spécifiques contenant trois mots ou plus. "Veste en cuir" est un mot clé populaire, tandis que "veste en cuir pour homme de petite taille" est un mot clé à longue queue. Si les mots clés à longue traîne sont moins populaires individuellement, ils forment cumulativement la majorité des requêtes de recherche.

LP Limited Partner

"Commanditaire" dans le cadre d'investissements en capital-risque ou en capital-investissement, où les commanditaires sont des investisseurs passifs qui apportent des capitaux à un fonds géré par des commandités (General Partner)

LTV Lifetime Value ou Customer Lifetime Value

Représente la valeur prédite ou calculée qu'un client générera pendant toute la durée de sa relation avec une entreprise.

La LTV prend en compte des facteurs tels que la valeur moyenne d'achat, la fréquence d'achat, le taux de fidélisation de la clientèle et la durée de vie moyenne du client.

Elle aide les entreprises à évaluer la rentabilité et la valeur à long terme de leur clientèle.

Un classique : $CAC < LTV$

M

M3

Lancé par Ashley Friedlein en 2017 ce Modern Marketing Model comprend les 10 points suivants : strategy, market/customer orientation, customer insight, Brand & value, Segmentation & targeting, Positioning, Customer experience, distribution, IMC, Data & Measurement.

M3, également connu sous le nom de modèle de marketing moderne, est une approche ou un cadre qui décrit la nature évolutive du marketing à l'ère numérique. Il souligne l'importance d'intégrer les activités de marketing en ligne et hors ligne, d'adopter des stratégies centrées sur le client et d'exploiter les données pour stimuler la croissance et établir des relations à long terme avec les clients. Le modèle M3 encourage les spécialistes du marketing à faire preuve d'agilité, d'adaptabilité et d'innovation dans leurs pratiques marketing.

Magnificent 7

Les 7 plus grosses Big Tech : Apple, Microsoft, Nvidia, Tesla, Meta, Alphabet and Amazon.

MAP Marketing Automation Platform

Logiciels ou solutions technologiques qui automatisent et rationalisent les processus de marketing, tels que le marketing par email, la génération de leads, la segmentation des clients, la gestion des campagnes et l'analyse. Les MAP permettent aux spécialistes du mar-

keting d'automatiser les tâches répétitives, de personnaliser les interactions avec les clients, d'entretenir les prospects et de suivre l'efficacité de leurs efforts de marketing.

MAQL

MAQL signifie Multidimensional Analytical Query Language (langage de requête analytique multidimensionnelle). Il s'agit d'un langage de requête utilisé dans les plateformes analytiques, en particulier dans le contexte de l'analyse de données multidimensionnelles. MAQL permet aux utilisateurs de définir des requêtes complexes et d'extraire des données de bases de données multidimensionnelles ou de cubes de données. Il est couramment utilisé dans les outils de veille stratégique et d'analyse pour explorer et analyser les données à partir de différentes dimensions et perspectives.

MarCom

MarCom est l'abréviation de Marketing et Communication. Il s'agit de l'intégration stratégique des activités de marketing et de communication en vue d'atteindre les objectifs de marketing et de diffuser des messages cohérents aux publics cibles. La MarCom englobe diverses disciplines, notamment la publicité, les relations publiques, l'image de marque, le marketing numérique, la création de contenu, etc.

Elle vise à communiquer efficacement la proposition de valeur d'un produit ou d'un service et à renforcer la notoriété et la réputation de la marque.

Marketing

Voici deux définitions : Apporter de la valeur aux clients, à l'écosystème et à l'entreprise par Hubert Kratiroff ou Meeting needs profitably par Kotler

Marketing automation

Ensemble des outils et des techniques visant à automatiser l'exécution d'actions de campagnes marketing liées à ses réseaux sociaux ou son site Web. Il permet de déclencher des tâches répétitives (envoi de SMS, d'email, etc.) suivant des scénarios prédéfinis, déterminés par le comportement de l'internaute. Ainsi, celui-ci reçoit des messages ciblés grâce à cette segmentation : suite à son inscription à une newsletter, il recevra un email de bienvenue. Le marketing automation a vocation à optimiser la gestion, le scoring et la qualification des leads afin d'augmenter l'efficacité marketing de ses campagnes.

Marketing de conversion

La discipline consiste à créer des expériences de marketing en ligne réussies pour les entreprises et les clients - et à les améliorer constamment par des tests.

Marketing Funnel/Entonnoir de marketing

Un modèle décrivant les différentes étapes du parcours d'un prospect, de la première interaction avec votre marque jusqu'au but ultime ; la conversion. L'optimisation du taux de conversion consiste à faire passer les gens dans votre

entonnoir de marketing, à les transformer de prospects en clients enthousiastes et réguliers.

Marketplace

Plateforme de commerce en ligne mettant en relation vendeurs et acheteurs.

MarTech

MarTech, abréviation de Marketing Technology, désigne les outils, les plateformes et les technologies utilisés par les spécialistes du marketing pour planifier, exécuter, automatiser et analyser les activités de marketing. MarTech englobe un large éventail d'applications logicielles, telles que les systèmes de gestion de la relation client (CRM), les plateformes d'automatisation du marketing, les systèmes de gestion de contenu, les outils d'analyse, les outils de gestion des médias sociaux, et bien d'autres encore. MarTech permet aux spécialistes du marketing d'optimiser leurs stratégies, de rationaliser les processus et d'obtenir de meilleurs résultats.

MAU

MAU est l'abréviation de Monthly Active Users (utilisateurs actifs mensuels). Il s'agit d'un indicateur utilisé pour mesurer le nombre d'utilisateurs uniques qui s'engagent ou interagissent avec une application, une plateforme ou un service particulier au cours d'un mois. Le MAU fournit des informations sur l'engagement des utilisateurs, la portée de l'audience, ainsi que la popularité et la croissance globales d'un produit ou d'un service numérique. Il est couramment utilisé dans les médias sociaux,

les jeux et l'analyse des applications mobiles.

MCA

MCA est l'acronyme de Market Contact Audit (audit des contacts avec le marché). Il s'agit de l'évaluation et de l'analyse des points de contact marketing ou publicitaires et des interactions entre une marque ou une entreprise et son marché cible. Le MCA permet d'évaluer l'efficacité, la portée et l'impact des activités de marketing sur différents canaux, notamment les médias traditionnels, les plateformes numériques, les événements, les parrainages, etc. Il fournit des informations sur l'engagement des clients, la perception de la marque et le retour sur investissement du marketing.

McKinsey

Cabinet de conseil en gestion et stratégie.

MDAZ

Le livre de référence sur le marketing digital de @ à GenZ

Medtech (Technologies Médicales)

Innovations pour la santé, les Medtech (Technologies Médicales) désignent l'utilisation de la technologie numérique dans le domaine de la santé et de la médecine. Cela comprend l'application des objets connectés, de l'intelligence artificielle, de l'intelligence collective et d'autres innovations technologiques pour améliorer les soins de santé, la prévention, le diagnostic, le traitement et la gestion des maladies. Les Medtech visent à améliorer l'effica-

ité, la précision et l'accessibilité des soins de santé, en fournissant des solutions technologiques innovantes pour répondre aux besoins des patients, des professionnels de la santé et du système de santé dans son ensemble.

Mesures de notoriété : reach, VU, Followers et Engagement

Reach (Rayonnement, Portée)

Le reach représente le pourcentage de la cible touché par un site Web, une campagne publicitaire, un lien ou un post sur les réseaux sociaux. Il mesure l'ampleur de la diffusion d'un contenu auprès du public cible.

Par exemple, si une campagne publicitaire atteint 100 000 personnes sur un public cible de 1 million, le reach serait de 10 %. Le reach est important pour évaluer la portée et la visibilité d'un contenu auprès de l'audience souhaitée.

VU (Visiteur Unique)

Le nombre de visiteurs uniques fait référence au nombre d'individus distincts qui visitent un site Web ou une application, quel que soit l'appareil utilisé (ordinateur portable, ordinateur de bureau, tablette ou mobile).

Il permet de mesurer l'audience unique d'un site ou d'une application en éliminant les visites répétées d'un même individu. Le VU est un indicateur important pour évaluer l'audience réelle et la taille de la base d'utilisateurs d'un site ou d'une application.

Followers (abonnés médias sociaux)

Le nombre de followers représente le nombre de personnes qui aiment, suivent ou adhèrent à une page ou un compte sur les réseaux sociaux. C'est une mesure de l'audience et de l'engagement d'une marque ou d'une personne sur les plateformes de médias sociaux. Les followers indiquent le nombre de personnes intéressées par les contenus, les mises à jour et les interactions avec la page ou le compte.

Engagement

L'engagement mesure le nombre de personnes qui entreprennent une action spécifique sur une page ou un compte de médias sociaux, telle que liker, partager, retweeter ou commenter. Il indique le niveau d'interaction et d'implication des utilisateurs avec le contenu.

Par exemple, même si le nombre total de visiteurs uniques peut être élevé, il est préférable de se concentrer sur le reach (pourcentage de cible touchée), car cela peut entraîner un meilleur niveau d'engagement des utilisateurs.

Métavers

Métavers en français, Metaverse en anglais. Environnement numérique interactif, immersif et permanent en 3D où les utilisateurs interagissent.

MFD

MFD est l'acronyme de Mostly Fine Decision. Il s'agit d'une décision ou d'un jugement considéré comme acceptable ou satisfaisant, même

s'il ne s'agit pas du choix idéal ou parfait. Elle reconnaît que les décisions sont souvent prises dans des circonstances complexes et imparfaites et que, même si elles ne sont pas parfaites, elles sont jugées raisonnables et appropriées sur la base des informations et des contraintes disponibles.

MICA (Market In Crypto Assets)

MICA est une proposition de réglementation de l'Union européenne visant à établir un cadre juridique pour les cryptoactifs et les services liés à la cryptographie au sein de l'Union européenne. Elle vise à réglementer les cryptomonnaies, les tokens, les échanges de cryptomonnaies, les portefeuilles électroniques et d'autres aspects du marché des cryptoactifs pour garantir la sécurité des investisseurs et la stabilité financière. MICA a été élaborée dans le cadre de la réglementation croissante des cryptoactifs en Europe pour mieux encadrer ce secteur en pleine expansion.

Mint

Le minting se distingue du mining (quasi réservé au Bitcoin). On peut Minter des NFT ou des tokens, cela signifie créer et poser sur une blockchain. Par analogie on mine de l'or et on forge de l'acier.

MIS Management Information System

Système informatisé ou d'un logiciel qui recueille, stocke, analyse et présente des données et des informations pour la prise de décision en matière de gestion. Le SIG fournit aux gestionnaires et aux décideurs des infor-

mations précises et opportunes pour soutenir la planification, l'organisation et le contrôle des opérations de l'entreprise. Il comprend souvent des modules de gestion des données, d'établissement de rapports, de visualisation des données et d'aide à la décision.

ML

ML est l'abréviation de Machine Learning (apprentissage automatique). Il s'agit d'une branche de l'intelligence artificielle (IA) qui se concentre sur le développement d'algorithmes et de modèles permettant aux ordinateurs d'apprendre et de faire des prédictions ou de prendre des décisions basées sur des données sans programmation explicite. Les algorithmes d'apprentissage automatique peuvent analyser des modèles, identifier des tendances et faire des prédictions ou des classifications en traitant de grands volumes de données. La ML trouve des applications dans divers domaines, notamment l'analyse de données, la modélisation prédictive, le traitement du langage naturel et la reconnaissance d'images.

MLM

MLM signifie Multi-Level Marketing, également connu sous le nom de marketing de réseau ou de vente pyramidale. Il s'agit d'une stratégie de marketing dans laquelle les individus ou les distributeurs perçoivent des commissions non seulement sur leurs propres ventes, mais aussi sur les ventes des distributeurs qu'ils recrutent dans le réseau.

Le MLM implique souvent la vente directe de produits ou de services et s'appuie sur un

réseau de distributeurs ou "downlines" pour étendre la portée et la distribution des offres.

MMM

MMM peut avoir plusieurs significations en fonction du contexte. Dans le contexte du marketing, MMM signifie Modern Marketing Model (modèle de marketing moderne). Il s'agit d'un cadre ou d'une approche qui décrit la nature évolutive du marketing à l'ère numérique. Le MMM met l'accent sur l'intégration des activités de marketing en ligne et hors ligne, sur les stratégies centrées sur le client et sur la prise de décision fondée sur les données. Le MMM aide les spécialistes du marketing à s'adapter à l'évolution du comportement des consommateurs, aux progrès technologiques et à la concurrence.

MNBC

Monnaie numérique de banque centrale - Cryptomonnaie émise par une banque centrale.

MNO

MNO est l'acronyme de Mobile Network Operator (opérateur de réseau mobile). Il s'agit d'une entreprise ou d'une organisation qui fournissent des services de télécommunications mobiles, y compris la voix, les données et la messagerie, aux clients.

Les MNO possèdent et exploitent l'infrastructure du réseau cellulaire et sont chargés de fournir des services mobiles aux abonnés. Voir MVNO

Modèles économiques de la publicité en ligne.

Il est possible de payer la publicité au clic (PPC : Pay per click) ou à l'affichage (CPM : Cost Per Mille) ou encore à la performance (CPA : Cost Per Action). Dans le PPC, on ne paie que lorsque le visiteur clique sur un lien (le simple affichage ou impression est gratuit). Dans le CPM c'est l'affichage qui est payant, que le visiteur voie ou non l'annonce, qu'il clique ou non. Le CPA ne rémunère qu'en cas de vente, abonnement, enregistrement ou tout autre chose désignée par contrat sous le terme d'action.

Ces trois modèles représentent 90 % des publicités avec une prédominance du CPM. Dans les années 1995, Amazon avait lancé un programme d'affiliation, proche du CPA et, basé sur un pourcentage des ventes commissionné par un e-commerçant pour tout apport de clientèle via un lien ou autre.

Impression : nombre de fois où une publicité s'affiche

Le grand débat de la publicité en ligne qui peut tout mesurer consiste à quantifier l'importance de chaque point de contact à travers l'attribution ou la contribution :

1. mesure du taux de conversion sur le « last clic » qui mène à l'objectif. Le taux de conversion (CR) est attribué à ce seul dernier clic (parfois le premier). Le modèle d'attribution du taux de conversion au last clic est de plus en plus controversé.
2. mesure de chaque point de contact qui mène à l'objectif. Le taux de conversion

(CR) est calculé par une contribution de chaque point de contact ou de chaque canal. La contribution peut être linéaire chaque point de contact a la même valeur ou pondéré (chaque point de contact a une valeur différente).

Par exemple : ma pub a été affichée 10.000 fois sans aucun clic, donc aucune visite. Comme le modèle publicitaire est CPC, je ne dois rien pour ces 10.000 impressions qui ont certainement eu un impact sur ma cible et contribuent aux futurs achats.

MOFU

MOFU signifie Middle Of the Funnel (milieu de l'entonnoir). Il s'agit de l'étape intermédiaire du parcours client ou de l'entonnoir des ventes, où les prospects ont dépassé le stade de la prise de conscience initiale et évaluent activement les différentes options et envisagent de faire un achat. Au stade du MOFU, les spécialistes du marketing se concentrent généralement sur le développement des prospects, en fournissant des informations pertinentes, en répondant à des besoins ou à des préoccupations spécifiques et en guidant les prospects vers une prise de décision.

MoMaMa (Modèle Marketing des Marques) ou M3 (Modèle de Marketing en Mutation)

MoMaMa, qui signifie Modèle Marketing des Marques, ou M3, qui signifie Modèle de Marketing en Mutation, fait référence à des modèles ou à des cadres qui décrivent l'évolution du marketing au fil du temps. Ces modèles

mettent l'accent sur la nécessité d'adopter des approches marketing agiles, adaptatives et centrées sur le client. Ils encouragent les marques à être à l'écoute des besoins changeants des consommateurs, à s'engager dans une communication personnalisée, à créer des expériences mémorables et à innover en permanence pour rester pertinentes sur le marché concurrentiel d'aujourd'hui.

MOOC Massive Open Online Course

Cours en ligne ouvert à un grand nombre de participants sans restriction d'inscription. Les MOOC fournissent des contenus éducatifs et du matériel d'apprentissage par le biais de plateformes numériques, ce qui permet aux apprenants d'accéder au cours et de s'y engager à leur rythme et à leur convenance. Les MOOC couvrent un large éventail de sujets et sont souvent proposés par des universités, des établissements d'enseignement ou des plateformes d'apprentissage en ligne.

Mot clé/keyword

Mot clé est le terme pour "keyword". Il désigne les mots ou expressions spécifiques que les utilisateurs saisissent dans les moteurs de recherche pour trouver des informations, des produits ou des services pertinents. Les mots clés jouent un rôle crucial dans l'optimisation des moteurs de recherche (SEO) et le marketing numérique, car ils permettent aux sites Web et à leur contenu d'apparaître dans les résultats des moteurs de recherche et d'attirer un trafic pertinent.

Moteur de recherche

Outil en ligne pour trouver des informations sur le Web.

MQL (Marketing Qualified Lead)/SQL (Sales Qualified Lead)

Le MQL (Marketing Qualified Lead) est un individu qui a déjà établi un premier contact avec une entreprise et a donc fait preuve de son intérêt ; il représente un potentiel, une opportunité de vente. Le SQL ou Sales Qualified Lead, quant à lui, fait référence à un prospect se trouvant à un stade plus avancé du parcours client. Il s'agit d'un lead mûr, prêt à procéder à l'acte d'achat. La différence entre ces deux terminologies repose donc sur le degré de qualification de chacun et de relation avec l'entreprise.

MR (réalité mixte)

MR peut avoir différentes significations en fonction du contexte. Il peut s'agir de la réalité mixte, qui fait référence à la fusion d'éléments réels et virtuels pour créer des environnements immersifs. La RM combine des éléments de la réalité virtuelle (RV) et de la réalité augmentée (RA).

MRM

MRM est l'acronyme de Marketing Resource Management (gestion des ressources marketing). Il s'agit de la planification stratégique, de la coordination et de la gestion des ressources, des actifs et des activités de marketing au sein d'une organisation. Les systèmes ou logiciels

MRM permettent de rationaliser les flux de travail marketing, la gestion des actifs, la planification des campagnes, la budgétisation et l'établissement de rapports. Le MRM permet aux spécialistes du marketing d'optimiser l'affectation des ressources, d'améliorer la collaboration et d'accroître l'efficacité et l'efficience des opérations de marketing.

MRR

MRR est l'abréviation de Monthly Recurring Revenue (revenus mensuels récurrents). Il représente le revenu prévisible et récurrent généré par un modèle commercial basé sur l'abonnement au cours d'un mois donné. Le MRR est un indicateur important pour les entreprises basées sur l'abonnement, car il fournit des indications sur la stabilité et la croissance des revenus, ainsi que sur la fidélisation de la clientèle. Le suivi du MRR permet aux entreprises d'évaluer la santé et les performances de leur activité d'abonnement et de prendre des décisions éclairées en matière de tarification, d'acquisition de clients et de stratégies de fidélisation.

MSP

MSP signifie Managed Service Provider (fournisseur de services gérés). Il s'agit d'une entreprise ou d'une organisation qui offrent des services externalisés de gestion et d'assistance pour l'infrastructure informatique, les applications, la sécurité ou d'autres fonctions de l'entreprise. Les MSP se chargent de la surveillance, de la maintenance et de la gestion de systèmes ou de services informatiques spécifiques pour le compte de leurs clients. Ils as-

surent souvent une surveillance proactive, un dépannage et une assistance continue pour garantir le bon fonctionnement des environnements informatiques.

MtoM

MtoM signifie Machine To Machine (de machine à machine). Il s'agit de la communication et de l'interaction entre des machines ou des appareils sans intervention humaine. Les services MtoM permettent aux machines ou aux capteurs d'échanger des données, de déclencher des actions ou d'effectuer des tâches de manière autonome. Parmi les exemples d'applications MtoM figurent les maisons intelligentes, l'automatisation industrielle, la communication de véhicule à véhicule et les réseaux intelligents.

MVNO

MVNO est l'acronyme de Mobile Virtual Network Operator (opérateur de réseau mobile virtuel). Il s'agit d'une entreprise ou d'un opérateur qui fournissent des services de télécommunications mobiles en utilisant l'infrastructure et le réseau d'un autre opérateur de réseau mobile.

Les MVNO ne possèdent pas leur propre infrastructure de réseau, mais louent la capacité de réseau des opérateurs de réseau mobile pour offrir des services mobiles à leurs clients.

Les MVNO ciblent souvent des segments de marché spécifiques, offrent des services de niche ou proposent des prix compétitifs sur le marché des télécommunications mobiles.

MVP Minimum Viable Product

Version d'un produit dont les caractéristiques et les fonctionnalités sont suffisantes pour satisfaire les premiers utilisateurs et recueillir leurs commentaires, tout en minimisant les délais et les coûts de développement. Les MVP sont généralement utilisés dans le cadre de méthodologies de développement agiles et dans les start-ups pour tester et valider des hypothèses, recueillir les réactions des utilisateurs et procéder à des itérations en fonction des réactions du marché. Les MVP aident les entreprises à valider leurs idées de produits et à réduire le risque d'investir dans le développement d'un produit à grande échelle.

Le MVP est généralement cité dans le phénomène des start-ups, que l'on retrouve avec les projets se finançant chez un VC. Le MVP désigne alors le produit, ou la stratégie permettant d'offrir l'innovation promise de la manière la plus simple et rapide possible. Cela permet de démontrer aux investisseurs la capacité d'exécution de la start-up, qui bénéficie également des retours de sa communauté lui permettant de faire évoluer son produit en fonction de ses utilisateurs, sans partir dans des développements longs et coûteux qui l'éloigneraient de son marché.

MVT

MVT est l'acronyme de Multivariate Testing. Il s'agit d'une méthodologie de test utilisée dans le domaine du marketing et de l'optimisation de l'expérience utilisateur pour évaluer l'impact de plusieurs variables ou éléments sur le comportement des utilisateurs ou les taux de

conversion. Le MVT consiste à créer et à tester simultanément différentes combinaisons de variables afin de déterminer la combinaison optimale qui donne les meilleurs résultats. Elle permet d'identifier les variations de conception, de message ou de contenu les plus efficaces pour améliorer les performances et l'engagement des utilisateurs.

N

Native advertising

Format publicitaire spécialement conçu pour correspondre parfaitement tant sur le fond que sur la forme aux contenus des supports ou médias sur lesquels il est diffusé. Contrairement aux publicités traditionnelles qui se démarquent clairement du contenu éditorial, le native advertising s'intègre de manière transparente dans l'environnement éditorial, offrant ainsi une expérience utilisateur plus fluide.

Il peut prendre la forme d'articles sponsorisés, de recommandations de produits ou de services, ou de contenus sponsorisés sur les réseaux sociaux. L'objectif du native advertising est de capter l'attention des utilisateurs de manière non intrusive et de susciter leur intérêt de manière plus naturelle.

Par exemple : nous avons rédigé un article exactement dans le style du blog ce qui nous a permis de contourner les adblockers et d'être lu par les membres du blog

NATU

NATU représente un groupe d'entreprises technologiques de premier plan, dont Netflix, Airbnb, Tesla et Uber. Il est souvent utilisé comme acronyme pour désigner l'ensemble de ces entreprises. Les entreprises du NATU sont connues pour leurs modèles d'entreprise perturbateurs et leurs approches innovantes, qui redéfinissent des secteurs tels que le divertissement, l'hôtellerie, les transports et la technologie.

Il faut certainement y ajouter Booking, TripAdvisor, BlaBlaCar, Spotify...

Navigateur

Logiciel pour accéder au Web, à ne pas confondre avec les moteurs de recherche. Chrome est un navigateur, Google est un moteur de recherche

NBC Net Brand Contribution

Indicateur utilisé pour mesurer l'impact global ou la contribution d'une marque aux performances financières d'une entreprise. Le NBC prend en compte différents facteurs, notamment la valeur de la marque, la fidélité à la marque, la perception du client et la part de marché. Il permet d'évaluer l'efficacité des stratégies de marque, des investissements et des efforts de marketing pour stimuler la croissance et la rentabilité de l'entreprise.

NBIC

Nanotechnologies, biotechnologies, tech-

nologies de l'information et sciences cognitives. Il s'agit d'un domaine interdisciplinaire qui explore la convergence et l'intégration de ces disciplines scientifiques pour développer de nouvelles technologies et solutions. La démarche NBIC vise à tirer parti des avancées de ces 4 matières pour relever des défis complexes, stimuler l'innovation et gagner un avantage concurrentiel.

Neet

Neet est l'abréviation de "not in education, employment, or training" (pas dans l'éducation, l'emploi ou la formation). Il désigne les personnes qui ne sont pas inscrites à des programmes éducatifs, qui n'ont pas d'emploi ou qui ne participent pas à une formation professionnelle. Le terme est souvent utilisé pour décrire un groupe démographique spécifique, comme les jeunes adultes qui ne sont ni scolarisés ni actifs sur le marché du travail.

Net Zero/Carbon Neutral

Réduction des émissions de carbone pour atteindre un bilan carbone nul d'un côté et simple compensation des émissions de CO2 de l'autre

Netneutrality

L'accès de tous à Internet est garanti (à condition de prendre un contrat d'abonnement). La Neutralité du Net n'autorise pas de distinction de flux entre les différents opérateurs. Par exemple : il est interdit à Orange de favoriser Dailymotion contre YouTube, il est interdit à SFR de bloquer le streaming Netflix.

Next40

Liste des 40 principales start-ups françaises parmi les 28000 recensées dans la FrenchTech.

NFT Drop mint

Création et mise en vente d'objets de collection numériques.

NLP

NLP signifie Natural Language Processing (traitement du langage naturel). Il s'agit d'un sous-domaine de l'intelligence artificielle et de la linguistique informatique qui se concentre sur l'interaction entre les ordinateurs et le langage humain. Le TAL implique le développement d'algorithmes et de modèles permettant aux ordinateurs de comprendre, d'interpréter et de générer du langage naturel. Il trouve des applications dans la traduction automatique, l'analyse des sentiments, les chatbots, les assistants vocaux et d'autres tâches liées au langage.

NoCode

Utilisation d'outils sans programmation pour créer des applications ou des sites Web.

Création d'un site Web avec Wix sans coder. Cf. low code

North Star Metric/étoile polaire

C'est la donnée vers laquelle toutes les expérimentations vont tendre. Aussi appelé OMTM (One Metric That Matters) la North Star est le

seul but poursuivi par l'entreprise.

NPD

NPD est l'acronyme de New Product/Brand Development (développement de nouveaux produits ou de nouvelles marques). Il s'agit du processus de création et d'introduction de nouveaux produits ou de nouvelles marques sur le marché. Le NPD comprend plusieurs étapes, notamment la génération d'idées, l'étude de marché, la conception et le développement de produits, les essais et la commercialisation. Le NPD vise à identifier et à exploiter les opportunités du marché, à répondre aux besoins des clients et à stimuler la croissance de l'entreprise par le biais de l'innovation.

NPS (Net promoteur score)

Indicateur qui mesure la satisfaction et la fidélité d'un client ; en réalité, il est plus judicieux de l'employer pour évaluer la probabilité qu'un client recommande une entreprise, un produit ou un service (la question n'est pas posée directement : que pensez-vous de... ?). On pose une unique question très simple à un consommateur, à savoir : « Quelle est la probabilité que vous recommandiez cette marque, ce produit ou ce service à un ami ou à un collègue? ». L'interrogé doit évaluer cette probabilité en attribuant une note allant de 0 à 10, le plaçant directement dans l'une des catégories suivantes :

- Détracteurs (0 à 6)
- Passifs (7 ou 8)
- Promoteurs (note de 9 ou 10)

L'objectif du NPS est donc d'identifier les différents types de clients afin de créer des actions marketing en fonction des panels.

Cette méthode est redoutée, car beaucoup plus pénalisante qu'une moyenne et de nombreuses marques en changeant les règles de calcul, les jugeant trop sévères.

Nudge

Encouragement subtil à changer de comportement, par une légère manipulation psychologique, concept popularisé par le Prix Nobel R. Thaler.



OCR

OCR est l'abréviation de Optical Character Recognition (reconnaissance optique de caractères).

Il s'agit d'une technologie qui permet aux ordinateurs de reconnaître et d'extraire du texte à partir d'images, de documents scannés ou de documents imprimés.

Les algorithmes d'OCR analysent les formes, les motifs et les autres caractéristiques des éléments textuels d'une image pour les convertir en texte numérique éditable et consultable.

L'OCR trouve des applications dans la numérisation de documents, l'extraction de données, la conversion texte-parole et d'autres tâches liées au texte.

OEM

OEM signifie Original Equipment Manufacturer (fabricant d'équipement d'origine). Il s'agit d'une entreprise qui fabrique des composants, des pièces ou des produits utilisés dans le produit final ou le système d'une autre entreprise. Les OEM fabriquent généralement des produits sous leur propre marque ou label, mais les fournissent à d'autres entreprises qui les intègrent dans leurs produits finaux. Les relations avec les OEM sont courantes dans des secteurs tels que l'électronique, l'automobile et le matériel informatique.

OKR

Objectifs et résultats clés - Méthode de gestion des objectifs en product management.

Omnicanal

Approche de vente intégrée sur tous les canaux qui recouvre la mobilisation et l'utilisation simultanée de tous les canaux de contact digitaux et réels entre une marque et un client. Il s'applique à une stratégie commerciale visant à répondre aux évolutions comportementales et aux exigences de consommateurs toujours plus connectés à Internet. L'omnicanal offre une meilleure visibilité et favorise l'échange des données et l'analyse des comportements des utilisateurs afin que les entreprises puissent personnaliser leur offre jusqu'au sur mesure et proposer une meilleure expérience client. Cette stratégie a fait naître des concepts innovants dans le secteur de la distribution et a permis l'essor de la digitalisation des points de vente physiques. Elle se distingue du mul-

ticanal par son approche de vente qui intègre l'expérience client, au contraire d'une stratégie qui vise avant tout à mobiliser le maximum de canaux disponibles afin d'interagir avec sa cible.

OMS (Order Management System)

Outil qui permet aux entreprises d'optimiser toutes les tâches relatives au cycle d'une commande : réception des commandes, suivi des ventes, traitement des commandes, gestion des stocks et optimisation de l'expédition et de la livraison. Il centralise une multitude de processus et d'intervenants grâce à son système de synchronisation des flux et d'analyses croisées. Il répond à un besoin de transparence, de fluidité et d'une gestion étroite des processus afin d'offrir la meilleure expérience client aux consommateurs. Pour l'entreprise, il permet de réduire les coûts et de s'assurer de proposer un parcours d'achat le plus optimisé possible.

ONBOARDING

Littéralement embarquement, mais réellement, processus d'accueil et d'accompagnement des nouveaux clients ou des nouvelles recrues.

OOO Out of Office

Personne non disponible ou absente de son lieu de travail habituel, par exemple parce qu'elle est en vacances ou qu'elle assiste à une conférence, qui définit un message OOO ou un répondeur automatique, elle informe les autres qu'elle ne sera peut-être pas en mesure de répondre rapidement aux messages ou aux

demandes.

OOTD Outfit of the Day

#OOTD hashtag populaire sur les plateformes de médias sociaux, en particulier dans les contenus liés à la mode, pour présenter et partager la tenue choisie par une personne pour la journée. Accompagné de photos ou de descriptions des vêtements, des accessoires et des choix stylistiques, voire du make up et des bijoux. Les marques recherchent ces influenceurs pour servir leur communication.

OPA

L'introduction en bourse (IPO) est le processus par lequel une société privée offre ses actions au public pour la première fois, devenant ainsi une société cotée en bourse. Lors d'une introduction en bourse, les actions de la société sont vendues à des investisseurs institutionnels et au grand public par l'intermédiaire d'une bourse réglementée. Cela permet à l'entreprise de lever des capitaux, d'accroître sa visibilité et de donner l'occasion aux premiers investisseurs et aux employés de vendre leurs actions.

OpenUSD

Langage de développement 3D pour toutes les animations, métavers et gaming. Très utile pour les jumeaux numériques

Opt-in

En B2C, il est obligatoire d'avoir l'accord explicite (case à cocher) des prospects pour leur

envoyer des emails ou SMS publicitaires. En revanche en B2B, on pratique l'opt out : le prospect doit cocher une case pour signifier qu'il ne souhaite pas être contacté.

Oracle

Les oracles sont des pourvoyeurs d'informations professionnels, neutres et certifiés. Un oracle est souvent une personne, mais peut également être une application qui récolte directement ou indirectement dans le monde réel un type bien précis d'informations, les entrent dans les réseaux de blockchains et est rémunérée par les détenteurs ou ayants droit des blockchains. Les oracles interviennent quand une injection de données provenant de sources très précises extérieures au réseau (services météo par exemple) ou de constatations que seules des personnes peuvent effectuer est nécessaire. Les oracles sont des acteurs indispensables de certains contrats intelligents gérés par blockchain et des marchés prédictifs.

OS

Operating System d'un appareil, le plus connu d'entre eux est certainement Windows de Microsoft, le plus utilisé : Linux, le plus populaire iOS d'Apple. Les objets étant de plus en plus équipés de logiciels il est possible de voir apparaître après TeslaOS, un OS pour machine à café !

OSint/Intelligence open source

Collecte de renseignements à partir de sources ouvertes pour produire des analyses origi-

nales, parfois automatiques et peu coûteuses. L'OSINT scanne les médias, le WEB, le deep Web, les données gouvernementales, les publications de fédérations, associations et toute autre source ouverte.

OSS

OSS est l'acronyme d'Open-Source Software (logiciel libre). Il s'agit d'un logiciel publié avec une licence qui permet aux utilisateurs d'utiliser, de modifier et de distribuer librement le code source.

Les logiciels libres encouragent la collaboration, la transparence et le développement communautaire.

Le système d'exploitation Linux, le serveur Web Apache, le système de gestion de contenu WordPress et le navigateur Web Firefox sont des exemples de logiciels libres populaires.

Outils collaboratifs

Logiciels visant à encourager et à faciliter la collaboration et la circulation de l'information entre des tiers et une entreprise, mais aussi en interne.

Ils permettent de partager de nombreux documents, de favoriser le suivi, la gestion et la réalisation de projets, et de communiquer plus facilement au cœur d'une interface unique.

Il s'agit d'une organisation à part entière, qui prône la réunion de collaborateurs et favorise la co-création autour d'objectifs communs.

P

P2P Peer-to-peer

Modèle décentralisé de réseau informatique et de communication dans lequel les participants au réseau peuvent se connecter directement et interagir entre eux sans intermédiaire ni serveur central. Les réseaux P2P permettent le partage de fichiers, l'informatique distribuée et la communication entre pairs. Les protocoles de partage de fichiers comme BitTorrent et les cryptomonnaies décentralisées comme le bitcoin sont des exemples d'applications P2P.

PaaS Platform as a Service

Modèle d'informatique en nuage qui fournit une plateforme ou un environnement permettant aux développeurs de créer, de déployer et de gérer des applications sans la complexité de la mise en place et de la maintenance de l'infrastructure. Les offres PaaS comprennent généralement des composants d'infrastructure, des outils de développement, des logiciels intermédiaires et d'autres services nécessaires pour prendre en charge le cycle de vie du développement des applications. Parmi les fournisseurs de PaaS, on peut citer Heroku, Google App Engine, AWS et Microsoft Azure.

Page de confirmation

La première page que les visiteurs voient après la conversion. Comme la confiance vient d'être établie, les pages de confirmation constituent

une bonne occasion de demander autre chose. Par exemple, une part sociale, un abonnement à un blog ou un achat répété.

PageRank

Algorithme de Larry Page (c'est son nom de famille !) consistant à classer des sites Internet en fonction de certains critères. Larry Page et Sergei Brin ont fondé... Google, devenu par la suite Alphabet

Parcours client/Customer journey

Ensemble des étapes d'interaction au sein de la relation entre un individu et une entreprise depuis la découverte jusqu'à l'achat. Ce parcours débute en phase de préachat lorsque l'individu prend conscience de son besoin, effectue des recherches et découvre le produit ou le service approprié. Il s'achève après l'acte d'achat, avec des interactions liées à son utilisation, à son évaluation et recommandation éventuelle par le client.

Ainsi, le parcours client prend en compte l'expérience globale du client afin d'analyser son comportement et ses réactions durant toutes les phases. Les différents points de contact (touchpoints) que représentent les canaux digitaux ou physiques par lesquels le client interagit avec l'entreprise balisent le parcours du client.

Ils constituent des éléments stratégiques d'analyse, nécessaires à l'optimisation de ses investissements marketing, mais aussi de précieuses informations afin d'améliorer l'expérience client.

PDM (Part de Marché)

Indicateur de performance par excellence (inventé par Nielsen en 1932 qui en a fait une entreprise florissante), il doit cependant être accompagné d'autres ratios explicatifs comme la présence dans la distribution, la pression publicitaire et la fidélité des clients. Certaines déclinaisons de la part de marché peuvent être utiles comme la part de marché relative (pour BCG) ou la part de marché détenteur pour expliquer la progression du lancement d'un produit. La part de marché volume (quantité vendue) est rarement égale à la part de marché valeur (CA), car chaque politique de prix et mix produit sont distincts.

Par exemple : l'iPhone a une part de marché volume de 20 %, une part de marché valeur de 50 % avec un prix moyen de l'iPhone double de la moyenne du marché.

Peer to peer

Échange direct entre utilisateurs sans intermédiaire. Un réseau peer-to-peer est un réseau sans organe ou serveur central, où chaque ordinateur peut jouer le rôle de client ou de serveur, c'est-à-dire qu'il peut proposer tous les services d'un serveur central, à savoir le stockage et le traitement de données, l'attribution de tâches, la communication d'informations et de données, et être lui-même client du réseau, c'est-à-dire émettre des requêtes. Un système peer-to-peer n'est pas forcément décentralisé, mais il l'est pour presque toutes les cryptomonnaies. Il permet, par exemple, de mettre en place un partage de fichiers comme dans le cas de Bittorrent, ou un calcul distribué comme

dans le cas des cryptomonnaies. Il donne aussi un avantage conséquent en termes de sécurité, car les fonctions et données primordiales du réseau ne sont pas concentrées sur un serveur central, mais réparties sur tous les nœuds du réseau, si bien que seule l'interruption d'Internet pourrait rendre le réseau inopérant.

Permission Marketing/Marketing de permission

Le privilège de délivrer des messages marketing pertinents aux personnes qui souhaitent réellement les recevoir. Conçu par Seth Godin, le marketing de permission est basé sur le principe que traiter les prospects avec respect est le meilleur moyen d'attirer leur attention.

PESO ou POEMS

PESO signifie Paid, Earned, Shared et Owned (payé, gagné, partagé et possédé). Il s'agit d'un cadre utilisé dans les communications marketing intégrées pour classer les différents types de médias et de contenus. Les médias payants font référence à la publicité ou au contenu promotionnel qui est payé, comme les annonces publicitaires ou les articles sponsorisés. Les médias gagnés font référence à la couverture médiatique, aux mentions ou au contenu créé par d'autres personnes au sujet d'une marque. Les médias partagés désignent le contenu partagé ou promu par l'intermédiaire des canaux de médias sociaux. Les médias propres désignent le contenu créé et contrôlé par une marque, comme le contenu d'un site Web ou les articles d'un blog.

PHP

PHP est l'acronyme de Hypertext Preprocessor, initialement Personal Home Page. Il s'agit d'un langage de script côté serveur utilisé pour le développement Web et la création de pages Web dynamiques. PHP est intégré au code HTML et exécuté sur le serveur, générant un contenu HTML qui est envoyé au navigateur Web du client. PHP est connu pour sa facilité d'utilisation, sa polyvalence et sa compatibilité avec différents serveurs et plateformes Web. PHP, en voie d'obsolescence, est soutenu à bout de bras par le CMS WordPress.

PIM (Product Information Management)

Technologie marketing déployée dans le secteur de la vente en vue de gérer les informations relatives à un produit. Il s'agit d'un outil permettant de collecter et de centraliser les informations produits (description et caractéristiques techniques, mais aussi prix, disponibilité, photos et vidéos) afin de les diffuser auprès des distributeurs, des prestataires et des consommateurs.

Le développement de l'e-commerce — exigeant la mise en ligne d'innombrables références — a vu émerger la problématique du PIM et naître des solutions afin de soutenir le développement de cet outil.

Les logiciels PIM sont conçus pour collecter les données émanant de nombreuses sources et bases de données afin d'accompagner les entreprises dans la création, la gestion et la diffusion de leur catalogue.

Pipeline/Pipe

Souvent abrégé en pipe, c'est un outil de représentation visuelle de l'étape à laquelle se trouve un prospect au cours du processus d'achat, depuis l'interaction initiale jusqu'à la conversion. Le pipe comme le sales funnel est découpé en phases et offre de la visibilité sur tout le processus de vente : les équipes commerciales peuvent évaluer leur avancement par rapport aux objectifs et établir des prévisions quant aux conversions réalisées sur une période définie, ainsi que leur valeur. Cette vue d'ensemble permet de mesurer son taux de conversion, mais également de nombreuses informations quant à la durée des cycles de vente.

PKI Public Key Infrastructure

Système de technologies, de politiques et de procédures cryptographiques qui permettent l'échange sécurisé d'informations sur des réseaux, tel que l'Internet. Le KPI utilise des paires de clés publiques et privées pour authentifier les utilisateurs, crypter les données et garantir l'intégrité des communications numériques.

Le KPI est couramment utilisé pour le courrier électronique sécurisé, les signatures numériques, le cryptage SSL/TLS et d'autres applications nécessitant une communication sécurisée et fiable.

Plateformisation

Transformation en une plateforme ouverte pour la collaboration ou les transactions.

PLG (Product-Led Growth)

Stratégie de croissance basée sur la qualité du produit pour acquérir et fidéliser les clients.

PM

Product Manager ou chef de produit, c'est-à-dire la personne chargée de définir et de superviser le développement et le cycle de vie d'un produit.

Podcast

Contenu audio ou vidéo sous forme d'émissions ou d'interviews, accessible en streaming ou téléchargement.

PPC

PPC est l'abréviation de Pay-Per-Click (paiement au clic). Il s'agit d'un modèle de publicité en ligne dans lequel les annonceurs paient une redevance chaque fois que leur annonce est cliquée. Les annonces PPC sont généralement affichées sur les pages de résultats des moteurs de recherche ou sur d'autres sites Web, et les annonceurs enchérissent sur des mots clés ou ciblent des groupes démographiques spécifiques pour atteindre leur marché cible. Les campagnes PPC peuvent être un moyen efficace d'attirer un trafic ciblé vers un site Web ou de générer des prospects ou des conversions.

PPL

PPL est l'abréviation de Pay-Per-Lead. Il s'agit d'un modèle de publicité en ligne dans lequel les annonceurs paient une redevance pour

chaque piste ou demande de renseignements qualifiée générée par leurs efforts publicitaires. Les campagnes PPL impliquent souvent des formulaires ou des pages de renvoi où les utilisateurs fournissent leurs coordonnées ou expriment leur intérêt pour un produit ou un service. Les annonceurs ne paient que pour les prospects qui répondent à des critères précis, tels que la localisation, les données démographiques ou les actions spécifiques entreprises.

PPV

PPV signifie Pay-Per-View (paiement à la séance). Il s'agit d'un modèle dans lequel les téléspectateurs paient un droit d'accès et de visionnage d'un contenu spécifique, tel qu'un événement sportif en direct, un film ou un concert, généralement diffusé par le biais de la télévision ou de plateformes de diffusion en ligne. Le PPV permet aux téléspectateurs de payer pour des éléments de contenu individuels au lieu de s'abonner à un service complet ou à une chaîne. Le PPV est généralement utilisé pour des événements spéciaux ou des contenus de qualité supérieure qui ne sont pas disponibles dans le cadre d'une programmation régulière.

PR relations publiques

Pratique consistant à gérer et à maintenir une image publique positive et la réputation d'une personne, d'une entreprise ou d'une organisation. Les professionnels des RP utilisent diverses stratégies et tactiques, telles que les relations avec les médias, les communiqués de presse, les événements et l'engagement communautaire, pour communiquer avec le public,

établir des relations avec les parties prenantes et façonner la perception du public. Les relations publiques visent à créer une image favorable et à renforcer la crédibilité et la fiabilité.

Pré-roll

Les pré-rolls sont des écrans publicitaires qui apparaissent avant le visionnage de vidéos en ligne. Ils sont diffusés avant le contenu vidéo souhaité par l'utilisateur. Contrairement aux mid-rolls (publicités insérées au milieu de la vidéo) et aux post-rolls (publicités affichées à la fin de la vidéo), les pré-rolls sont diffusés au tout début de la vidéo. Ils permettent aux annonceurs de toucher une audience captive et engagée, en capitalisant sur l'attention de l'utilisateur avant qu'il ne commence à regarder la vidéo souhaitée. Les pré-rolls sont généralement de courte durée, variant de quelques secondes à quelques dizaines de secondes, afin de captiver rapidement l'attention de l'utilisateur.

PRM/Prospect Relationship Management

Gestion de la relation avec ses prospects, directement inspirée des pratiques de gestion de la relation client ou CRM, qui permet de réaliser un ciblage marketing suivant son comportement du portefeuille de prospects à transformer en clients (ceux qui présentent un capital d'achat, des réactions favorables et des habitudes de consultations). Les entreprises ont généralement recours aux canaux digitaux

Product owner (PO)

individu qui se charge de mener à bien un projet suivant la méthodologie Agile et Scrum, il travaille de pair avec un Scrum Master.

PROGRAMMATIQUE/ACHAT PROGRAMMATIQUE

Mise en relation automatisée de vendeurs et d'acheteurs d'inventaires publicitaires, c'est l'acheteur qui sélectionne l'impression et le profil sur lequel il souhaite diffuser. Le programmatique inclut tous les modèles de transactions publicitaires automatisées.

Prompt

Message soumis à une IA générative dans le but d'obtenir un texte, une image, une vidéo... La qualité du prompt est clé pour une réponse sensée de l'IA

Proof of...

Mécanisme de consensus utilisé dans les cryptomonnaies pour valider les transactions. La Proof of stake, preuve d'enjeu, est un des mécanismes de consensus blockchain les plus répandus. L'idée de cet algorithme est d'attribuer la détermination du consensus par l'ajout de blocs à la blockchain à des nœuds appelés masternodes qui détiennent un certain montant des coins de la blockchain en question. Ce montant est systématiquement clairement indiqué par l'émetteur de la cryptomonnaie.

“Proof of Work” (PoW) est utilisé par Bitcoin. Poof of Stake pour l'Ether. POA attendance POH history

PWA

PWA signifie Progressive Web App (application web progressive).

Il s'agit d'un type d'application Web qui utilise des technologies Web modernes pour offrir aux utilisateurs une expérience similaire à celle d'une application native.

Les PWA sont accessibles via un navigateur Web sans nécessiter d'installation à partir d'un magasin d'applications.

Elles peuvent fonctionner hors ligne, envoyer des notifications push et accéder aux fonctions de l'appareil, telles que l'appareil photo ou le GPS. Les PWA offrent une expérience utilisateur réactive et attrayante sur différents appareils et plateformes.



QR code

QR Code est l'abréviation de Quick Response Code. Les codes QR peuvent stocker différents types d'informations, comme des URL de sites Web, du texte, des coordonnées ou des informations sur les produits.

Ils sont couramment utilisés dans les domaines du marketing, de la publicité et de la vente au détail pour permettre un accès rapide à des sites Web, à des promotions ou à des informations supplémentaires en scannant simplement le code à l'aide d'un appareil mobile.

Quick commerce

Mouvement de livraison rapide à domicile régleménté par certaines villes qui jugent les nuisances des magasins fantômes et des livreurs plus grandes que la qualité du service rendu. Aussi appelé Q-commerce. Les services de livraison de repas font aussi partie de ce phénomène économique.



R&D

R&D signifie recherche et développement. Il s'agit des activités et des processus entrepris pour créer et innover de nouveaux produits, de nouvelles technologies ou de nouvelles solutions. La R&D implique la recherche scientifique, l'expérimentation, le prototypage et les tests pour faire progresser les connaissances, résoudre les problèmes et développer de nouvelles capacités. La R&D est généralement menée par des entreprises, des universités et d'autres organisations pour stimuler l'innovation, rester compétitif et créer de la valeur.

RAM

RAM est l'abréviation de Random Access Memory (mémoire vive). Il s'agit d'un type de mémoire informatique utilisé pour stocker temporairement des données et des instructions pendant que l'ordinateur fonctionne. La RAM fournit un stockage rapide et temporaire pour le système d'exploitation, les ap-

plications logicielles et les données qui sont activement utilisées par le processeur de l'ordinateur. La taille de la RAM influe sur les performances et les capacités multitâches d'un système informatique.

Reach

Le reach, ou taux de couverture est un indicateur utilisé en marketing pour mesurer le pourcentage d'internautes ou d'audience exposés à une publicité donnée au moins une fois pendant une période spécifique. Il permet de quantifier l'ampleur de la portée de la campagne publicitaire. Le reach est souvent utilisé en conjonction avec d'autres métriques, telles que la fréquence, qui mesure le nombre moyen de fois qu'une publicité est vue par personne. En surveillant le reach, les annonceurs peuvent évaluer l'efficacité de leur campagne publicitaire en termes de portée et de couverture de leur public cible.

Red Pill

Concept de révélation de la réalité, souvent utilisé pour provoquer une remise en question.

Red Team

Équipe chargée de tester et de défier une stratégie ou un système pour en améliorer la sécurité.

Remarketing

Tactiques utilisées par les spécialistes du marketing pour suivre les pistes qui ont suscité de l'intérêt, mais qui n'ont pas été converties, gé-

néralement par le biais d'emails automatisés ou déclenchés. Le remarketing auprès de prospects qui se sont déclarés intéressés par ce que vous avez à offrir peut contribuer à augmenter les conversions. Ne pas confondre avec le re-targeting sous forme de display

Responsive Design

Une approche de conception visant à adapter une page Web pour les utilisateurs mobiles. Une page d'accueil réactive devrait automatiquement détecter la taille de l'écran de votre prospect et ajuster la mise en page et le contenu en conséquence. Cela signifie que vous n'avez pas à créer plusieurs versions de la même page, améliore l'expérience de l'utilisateur et augmente ses chances de conversion.

Retail Media

Après le référencement classique sur les moteurs de recherche, le référencement des apps dans les magasins d'applications et la réactualisation des contenus sociaux, viennent les recherches sponsorisées sur les sites des distributeurs. C'est ce que l'on appelle le « retail media ». Celui-ci fait partie de l'arsenal des outils de visibilité pour toucher les audiences.

Un nouveau mode de référencement, le retail media est une stratégie publicitaire qui cible les consommateurs pendant leur expérience d'achat en ligne, en utilisant les données et les informations que les détaillants ont sur leurs clients.

Son origine avec le référencement sponsorisé (sponsor search) lancé par Amazon en 2010, retenons que le retail media est une matière à

multiples facettes et en pleine évolution. Elle est à la croisée des chemins du « display », de la PLV, des bornes, des étiquettes de prix dynamiques, à la publicité numérique en extérieur ou DOOH et même des newsletters, et surtout la vente des données propriétaires des distributeurs, qu'on appelle First Party Data (FPD) et qui sont livrées aux marques à travers une plateforme "customer data as a service".

La disparition des cookies tiers (prévue en 2022 et reportée en 2024) est englobée dans la protection croissante de la vie privée des visiteurs dont on saura de moins en moins s'ils sont prospects, clients, récurrents ou même des robots...

Dans une telle incertitude, et alors que des menaces de plus en plus lourdes pèsent sur la manipulation des données commerciales, les données des distributeurs avec de réels comportements « intentionnistes » (produit cherché/mis en panier) ou transactionnels (produit acheté) valent de l'or que les grandes marques sont prêtes à acheter. Et rappelons ici que les distributeurs ont recueilli ces données eux-mêmes avec les cartes de fidélités ou les informations de login des visiteurs.

Retargeting

Autre pratique publicitaire, popularisée par Critéo (une des trois licornes françaises), le retargeting consiste à afficher une publicité sur la prochaine visite d'un site ou d'une APP en rapport avec l'abandon ou la recherche d'un internaute. Le cookiless tue cette pratique à petit feu !

Par exemple : j'ai recherché le prix d'une bai-

gnoire à porte pour la grand-mère, depuis je suis inondé de publicité sur ce sujet

RFP (DEMANDE DE PROPOSITION)

L'acronyme RFP signifie "Request for Proposal" (demande de devis ou appel d'offres). Il s'agit d'un document ou d'un appel d'offres formel émis par une organisation ou une entreprise pour inviter les vendeurs ou fournisseurs potentiels à soumettre des propositions détaillant leurs offres, leurs capacités et leurs prix pour un projet ou un marché spécifique.

RGPD

Règlement qui depuis 2018 renforce la protection de la vie privée par une série de mesures autour du consentement des utilisateurs

RLSA

RLSA, acronyme de Remarketing Lists for Search Ads, est une fonctionnalité de Google Ads qui permet aux annonceurs de cibler des publicités spécifiques aux utilisateurs qui ont déjà interagi avec leur site Web précédemment. Grâce au remarketing, les annonceurs peuvent recibler ces utilisateurs lorsqu'ils effectuent des recherches ultérieures sur Google. Par exemple, un annonceur peut ajuster les enchères ou personnaliser les annonces pour les utilisateurs qui ont déjà visité leur site Web, créant ainsi une stratégie de reciblage plus précise et pertinente. Les RLSA offrent aux annonceurs la possibilité de toucher un public qualifié et de maximiser les chances de conversions en leur rappelant leur intérêt initial.

ROAS (Return on Ad Spend)

Le ROAS (Return on Ad Spend) représente le retour sur investissement publicitaire, mesurant les revenus générés par rapport aux dépenses publicitaires. C'est une métrique utilisée pour évaluer l'efficacité et la rentabilité des campagnes publicitaires. Le ROAS est calculé en divisant les revenus générés par les dépenses publicitaires. Une valeur supérieure à 1 indique un retour sur investissement positif, tandis qu'une valeur inférieure à 1 indique une rentabilité négative. Le ROAS est souvent utilisé en conjonction avec d'autres métriques pour évaluer l'efficacité globale des efforts publicitaires.

ROI Return on Investment

Mesure financière utilisée pour évaluer la rentabilité ou l'efficacité d'un investissement. Le ROI mesure le rendement ou le gain généré par un investissement par rapport au coût de l'investissement. Il est exprimé en pourcentage ou en ratio et donne un aperçu de l'efficacité et de l'impact financier d'un investissement. Un retour sur investissement positif indique que l'investissement a généré plus de bénéfices que son coût, tandis qu'un retour sur investissement négatif signifie une perte.

ROMI (Return on MarCom Investment)

La difficulté de ce ratio est double

- Isoler les investissements marketing et communication
- Isoler les ventes additionnelles ou accroissements de prix dus à ces investisse-

ments marketing

RSS

RSS signifie Really Simple Syndication (syndication vraiment simple). Il s'agit d'un format de flux Web utilisé pour publier des contenus fréquemment mis à jour, tels que des articles d'actualité, des billets de blog ou des podcasts. Les flux RSS permettent aux utilisateurs de s'abonner au contenu de leurs sites Web ou sources préférés et de recevoir des mises à jour automatiques dans un format standardisé. Les lecteurs ou agrégateurs RSS peuvent récupérer et afficher les flux RSS, ce qui permet aux utilisateurs de rester informés et d'accéder au contenu le plus récent de plusieurs sources en un seul endroit.

RTB/Real-Time Bidding

technologie consistant à allouer une impression publicitaire à un client et d'en déterminer le prix en fonction des critères de ciblage et de ses caractéristiques comme la taille de la bannière, le contexte de la page Web ou encore l'endroit et le moment auxquels elle est visualisée, le tout en temps réel. Le RTB est l'un des modes d'achat programmatique, son modèle de commercialisation est aux enchères.

S

SaaS (Software as a Service)

Le Software as a Service ou SaaS est un modèle de distribution de logiciels hébergés sur le serveur du prestataire de la solution, accessible à distance via le cloud depuis le navigateur Web de n'importe quel équipement. Il présente le grand avantage d'être accessible via une connexion Internet, sans recourir à l'installation dudit logiciel sur ses serveurs ou en interne (que l'on appelle On Premises). L'entreprise utilisatrice est facturée sous la forme d'un abonnement mensuel et bénéficie de la maintenance et de la mise à jour du système par le fournisseur de service. Les logiciels SaaS interviennent dans des domaines d'application variés : solutions comptables, outils de gestion client et RH, outils bureautiques et collaboratifs.

Sur le modèle du SAAS, il y a maintenant de IaaS, le PaaS et un florilège de XaaS (par exemple mobility as a service pour évoquer GetAround)

Salesforce est un des premiers logiciels SAAS ou cloud

SAIO (Search Artificial intelligence optimisation)

Techniques d'intelligence artificielle pour améliorer les performances et la pertinence des moteurs de recherche en ligne. Cette approche vise à personnaliser les résultats de recherche en fonction des préférences individuelles de

l'utilisateur, à améliorer la compréhension des requêtes complexes et à fournir des résultats plus précis et pertinents. En intégrant des algorithmes d'IA, comme l'apprentissage automatique et le traitement du langage naturel, les moteurs de recherche peuvent mieux comprendre l'intention de l'utilisateur et adapter les résultats en conséquence, améliorant ainsi l'expérience de recherche en ligne. cf. SGE et SXO

Sales automation

Quand les leads passent chez les commerciaux, certaines tâches peuvent être automatisées : personnalisation d'emails, prises de rendez-vous, identification de prospects chauds... Le but est de booker un rendez-vous et de conclure la vente.

Sales Funnel

Processus de conversion des prospects en clients à travers différentes étapes de vente.

Satoshi

Plus petite unité de Bitcoin, nommée d'après son créateur, Satoshi Nakamoto, qui représente un cent millionième de bitcoin, soit très peu d'argent. C'est la fraction la plus petite d'un bitcoin. Appelé SAT : 1 SAT = 10⁻⁸ Bitcoin

SCRUM

Ce n'est pas un acronyme, pour une fois ! C'est un terme sportif de rugby (mêlée) qui désigne le plus populaire des cadres de travail agile. Les équipes scrum fournissent un travail col-

lectif pendant les sprints puis progressent ensemble vers une excellence organisationnelle avec l'aide du scrum master et du product owner.

Scrum master

responsable de l'avancement des tâches du backlog sur le tableau kanban (le passage de TODO à DOING puis DONE) et négocie les priorités avec le PO

SDK

SDK signifie Software Development Kit (kit de développement logiciel). Il s'agit d'un ensemble d'outils, de bibliothèques, de documentation et de ressources que les développeurs utilisent pour créer des applications logicielles pour une plateforme, un système d'exploitation ou un cadre spécifique. Les SDK fournissent du code pré-écrit, des API (interfaces de programmation d'applications) et des cadres de développement afin de simplifier et d'accélérer le processus de développement d'applications. Les SDK sont disponibles pour différentes plateformes, notamment pour le développement d'applications mobiles, de jeux et de sites Web.

SEARCH

Stratégie marketing axée sur la recherche, notamment le référencement (SEO) et les publicités PPC.

Segmentation

Catégorisation des prospects ou clients aux

critères sociodémographiques, besoins et/ou usages similaires. Le tracking (centres d'intérêt, comportements, contexte, moment) et le croisement des données permettent d'affiner les segments et de créer des scénarios d'usage pour l'envoi de messages personnalisés.

SEO Search Engine Optimization

pratique consistant à optimiser les sites Web, leur contenu et leur présence en ligne afin d'améliorer leur visibilité, leur classement et le trafic organique (non payant) provenant des moteurs de recherche. Le référencement implique diverses stratégies et techniques, notamment la recherche de mots clés, l'optimisation des pages, la création de liens, l'optimisation technique et l'amélioration de l'expérience utilisateur. L'objectif du référencement est d'accroître la visibilité et la pertinence des pages Web dans les pages de résultats des moteurs de recherche (SERP) et de générer un trafic organique ciblé.

SERP Search Engine Results Page

Il s'agit de la page affichée par un moteur de recherche en réponse à la requête d'un utilisateur. Les SERP comprennent généralement une liste de résultats de recherche organiques, des publicités payantes, des extraits en vedette, des panneaux de connaissances et d'autres éléments pertinents pour la requête de recherche. Les SERP varient en fonction du moteur de recherche et de la requête spécifique, et jouent un rôle crucial dans l'augmentation du trafic organique et de la visibilité des sites Web.

Exemple : Après avoir recherché ‘panneau solaire Lyon’, j’ai remarqué que la page de résultats contenait à la fois des résultats de recherches naturelles et des liens commerciaux.”

Session ou Visite

ensemble des interactions qui se déroulent sur un site Web dans un intervalle de temps donné. Type même d’un vanity metric à ne jamais utiliser, car il ne distingue pas les visiteurs uniques et les crawlers,

Exemple : le site a enregistré 2 000 visites le mois dernier, mais ce qui importe vraiment c’est de savoir si ces visites ont généré des ventes et à combien de personnes différentes cela correspond

SGE (Search Generative Experience)

Amélioration de l’expérience de recherche par ajout d’informations, de synthèses générées par l’IA de Google qui s’appelle Bard. Cela tend encore plus vers un phénomène dangereux pour les sites Internet qui vivent du contenu, qui consiste à tout monter dès la SERP. Plus besoin de cliquer sur un lien, tout est résumé sur la première page (le fameux zéro clic).

Signature numérique

La signature numérique, ou électronique, est un procédé permettant de garantir l’intégrité d’un document électronique et d’en authentifier l’auteur. La plupart recourent à la cryptographie asymétrique, notamment dans le cas des cryptomonnaies. Un tel procédé doit permettre d’identifier la personne ou l’organisme

qui a apposé sa signature, et de garantir que le document n’a pas été altéré entre le moment où la personne ou l’organisme appose sa signature et celui où le lecteur le consulte. Ce procédé est constamment utilisé dans les systèmes de cryptomonnaies pour valider les transactions: la signature numérique, qui varie suivant chaque monnaie, permet à l’émetteur d’une requête de montrer qu’il est bien le détenteur de la clé privée associée à l’adresse publique qu’il utilise, sans avoir à dévoiler cette clé privée, ce qui enlèverait tout intérêt au système. La signature numérique permet également de garantir le fait que la transaction n’a pas été modifiée lors de son court passage sur le réseau : le moindre changement des données de la transaction modifierait complètement la signature électronique.

SLA (Service Level Agreement)

Contrat ou accord entre un fournisseur de services et un client qui définit le niveau de service, les objectifs de performance, les responsabilités et d’autres conditions. Les SLA sont couramment utilisés dans les domaines de l’externalisation, des services informatiques et de l’informatique cloud pour définir les attentes, garantir la qualité des services et prévoir des recours ou des pénalités si les niveaux de service ne sont pas atteints.

Smart Contract

Contrat auto-exécuté basé sur la blockchain, automatisant l’exécution des clauses en faisant appel si besoin à des oracles.

SMM Social Media Marketing

Utilisation des plateformes et des canaux de médias sociaux pour promouvoir des produits, des services ou des marques, dialoguer avec le public et générer du trafic ou des conversions. Le SMM implique la création et le partage de contenu, l'exécution de campagnes publicitaires, le suivi des conversations et l'analyse des mesures des médias sociaux afin d'atteindre les objectifs de marketing. Les stratégies de SMM peuvent inclure des activités organiques (non payantes) ainsi que de la publicité payante sur les médias sociaux.

SMS

SMS signifie Short Message Service (service de messages courts). Il s'agit d'un service de messagerie textuelle disponible sur les téléphones mobiles et autres appareils qui permet aux utilisateurs d'envoyer et de recevoir de courts messages textuels. Le SMS est une méthode de communication largement utilisée à des fins personnelles et professionnelles, offrant un moyen rapide et pratique d'échanger des informations. Les SMS peuvent également être utilisés pour l'authentification à deux facteurs, les notifications, les alertes et les messages marketing.

SMS Marketing

Une technique de marketing mobile controversée qui consiste à envoyer des offres promotionnelles sur les smartphones des gens par SMS. Tant que les prospects choisissent de participer, le marketing par SMS peut être un moyen efficace de stimuler les conversions

puisque vous ciblez des personnes qui souhaitent réellement recevoir vos offres.

SMTP

SMTP est l'acronyme de Simple Mail Transfer Protocol (protocole de transfert de courrier simple). Il s'agit d'un protocole standard utilisé pour envoyer et recevoir des messages électroniques entre des serveurs ou des clients de messagerie. Le SMTP est responsable de la transmission des courriers électroniques sur l'Internet, en gérant l'acheminement, la livraison et le relais des messages. Le SMTP est un élément clé de la communication par courrier électronique et fonctionne en conjonction avec d'autres protocoles, tels que POP (Post Office Protocol) ou IMAP (Internet Message Access Protocol), pour la récupération des courriers électroniques.

SOA Service-Oriented Architecture

Approche architecturale de la conception et du développement de logiciels qui met l'accent sur la création de services modulaires et faiblement couplés qui peuvent être facilement intégrés et réutilisés.

Dans l'architecture orientée services, les systèmes logiciels sont composés de services discrets qui communiquent entre eux sur un réseau, généralement à l'aide de protocoles de services Web.

L'AOS permet aux organisations de créer des applications flexibles, évolutives et interopérables qui peuvent s'adapter à l'évolution des besoins de l'entreprise.

SOAP *Simple Object Access Protocol*

Protocole utilisé pour l'échange d'informations structurées dans les services Web. SOAP définit un ensemble de règles et de spécifications pour la messagerie, décrivant comment les services Web peuvent communiquer entre eux sur un réseau. Les messages SOAP sont généralement basés sur XML et peuvent être transmis via divers protocoles, notamment HTTP, SMTP ou TCP/IP. SOAP est souvent utilisé dans les architectures de services Web au niveau de l'entreprise.

Social Selling

Utilisation des réseaux sociaux pour interagir et vendre aux prospects.

SOV *(Share of Voice)*

La traduction part de voix n'est pas utilisée, c'est la part de l'investissement marcom de la marque sur l'investissement du secteur

SPAC *(Special Purpose Acquisition Company)*

Entreprise créée uniquement pour acquérir d'autres sociétés.

SQL

SQL est l'abréviation de Structured Query Language (langage de requête structuré). Il s'agit d'un langage de programmation utilisé pour gérer et manipuler les bases de données relationnelles. SQL fournit un ensemble de commandes et une syntaxe pour créer, interro-

ger, mettre à jour et gérer les structures et les données des bases de données. Avec SQL, les utilisateurs peuvent extraire des informations des bases de données, effectuer des calculs, filtrer des données et réaliser diverses tâches de manipulation de données. SQL est largement utilisé dans les systèmes de gestion de bases de données tels que MySQL, Oracle, SQL Server et PostgreSQL.

SSL

SSL est l'abréviation de Secure Sockets Layer (couche de sockets sécurisée). Il s'agit d'un protocole cryptographique utilisé pour établir des connexions sécurisées et cryptées entre les serveurs Web et les navigateurs Web. SSL garantit que les données transmises entre le serveur et le navigateur restent privées et sécurisées, les protégeant contre l'interception ou la falsification. Le protocole SSL est couramment utilisé pour sécuriser les transactions de commerce électronique, les opérations bancaires en ligne, les transferts de données sensibles et d'autres applications où la sécurité des données est essentielle. Le protocole SSL a été remplacé par le protocole TLS (Transport Layer Security), plus récent.

SSO

SSO est l'abréviation de Single Sign-On (ouverture de session unique). Il s'agit d'un système ou d'une technologie qui permet aux utilisateurs de s'authentifier une seule fois avec un seul jeu d'identifiants de connexion et d'accéder à plusieurs applications, systèmes ou services sans avoir à se réauthentifier pour chacun d'entre eux. Le SSO simplifie l'expérience de

connexion de l'utilisateur, renforce la sécurité en réduisant le besoin de mots de passe multiples et améliore la productivité en permettant un accès transparent aux différentes ressources au sein du réseau ou de l'écosystème d'une organisation.

SSP/Supply Side Platform

Plateforme technologique d'arbitrage entre différents acheteurs qui permet d'optimiser la commercialisation de l'inventaire publicitaire d'un éditeur. L'éditeur peut y piloter ses ventes impression par impression, en temps réel, et de façon automatisée.

Stablecoin

Cryptomonnaie dont la valeur est adossée à un actif stable comme une devise, le dollar US ou l'or par exemple, faisant d'eux des valeurs refuges pour les investisseurs qui veulent se protéger contre la forte volatilité du marché des cryptomonnaies sans en sortir. En effet, lorsqu'un investisseur pense que le marché des cryptomonnaies va baisser, il achète des stablecoins (Tether notamment), et les vend contre des cryptomonnaies lorsqu'il pense que le marché va monter, si bien que les paires BTC/USDT (Bitcoin/Tether) et ETH/USDT sont systématiquement les premières paires d'échanges de ces monnaies.

Stack

Littéralement une pile (empilement, série...), terme utilisé pour les technologies ou les compétences.

Start-up

Entreprise à croissance rapide qui part d'une feuille blanche pour solutionner un problème B2B ou B2C. Les licornes sont valorisées 1 milliard alors que les centaures ont un revenu récurrent de 100 millions (il existe aussi les décacornes, les zèbres et les cafards). 28000 start-ups en France selon FrenTech

StationF

Plus gros incubateur du monde avec plus de 1000 start-ups, initié avec brio par Xavier Niel et Roxanne Varza

Storytelling

Art de raconter une histoire pour créer une connexion émotionnelle avec le public.

SXO

Optimisation de l'expérience de recherche par Google et les autres moteurs. Le SXO a pour but de rendre la recherche d'informations la plus agréable possible, notamment sur mobile qui représente plus de la moitié des recherches. De plus, les recherches deviennent vocales avec des mots clés qui évoluent. Avec les snippets et knowledge graph Google rend le résultat de recherche plus agréable, pour être compatible avec ces nouveaux formats, il faut adapter le codage du site (AMP & OpenGraph par exemple). Le SGE amplifie le phénomène SXO et transforme un peu plus Google en Moteur de Réponse avec le zéro clic.

Par exemple : j'ai besoin de conseil en SEM

(Search Engine Marketing) cela comprend le SEO, SEA, ASO, SMO et SXO

SXSW (South by Southwest)

Souvent appelé South By, c'est un Festival de musique, de cinéma et de technologie à Austin, Texas, qui devient la Silicon Hill

T

TCO (Total Cost of Ownership)

Coût global d'un produit ou d'une technologie tout au long de son cycle de vie.

Testimonials/Témoignages

Citations écrites, verbales ou vidéo d'un client parlant de son expérience avec votre marque. Les témoignages apportent une preuve sociale puissante, mais vous devez encore les tester ; même les témoignages de vrais clients peuvent paraître faux aux visiteurs. Il est toujours bon d'utiliser des plateformes externes et de voir si vous pouvez les intégrer. Il est plus difficile de les falsifier et vos clients auront moins de doutes quant à leur authenticité.

TikTok

DouYin en Chine, réseau social de vidéo courte à l'algorithme fulgurant, approchant les 3 milliards d'utilisateurs et source des craintes les plus folles.

Token

Représentation numérique d'un actif ou d'une utilisation spécifique, souvent sur une blockchain. Le concept de token ne provient pas directement de l'écosystème des cryptomonnaies : il est bien plus ancien.

Un token désignait il y a déjà plusieurs siècles, en Angleterre notamment, une monnaie parallèle à l'unité monétaire nationale émise par une guilde, un groupe de commerçants, ou encore une ville, et acceptée par le pouvoir en place.

TRADING DESK

Service spécialisé dans l'achat et l'optimisation d'espaces publicitaires opérant en programmation, par le biais d'une ou plusieurs technologies de real-time bidding ou DSP.

U

Uberisation

Comment ruiner un marché sans capital financier? Uber et Airbnb sont les premiers transporteurs et hébergeurs du monde, mais ils ne possèdent pas une voiture ni une chambre.

UGC IGC EGC...

Tous les Generated Content : UGC pour user IGC pour influenceur, EGC pour employee et on peut ajouter BGC pour Brand

UI User Interface

C'est la beauté de l'écran, constituée des éléments visuels et interactifs d'une application logicielle, d'un site Web ou d'un produit numérique avec lesquels les utilisateurs interagissent. La conception de l'interface utilisateur se concentre sur la création d'interfaces belles, intuitives et conviviales qui permettent aux utilisateurs de naviguer, d'interagir et d'accomplir des tâches de manière efficace. La conception de l'interface utilisateur implique des éléments tels que la mise en page, la typographie, les couleurs, les icônes, les boutons, les formulaires et d'autres composants visuels et interactifs qui contribuent à l'expérience globale de l'utilisateur.

Unique Value Proposition (UVP)

C'est votre positionnement. Également connue sous le nom USP (unique selling proposition), votre UVP est une déclaration claire qui décrit les avantages de votre offre, la manière dont vous répondez aux besoins de votre client et ce qui vous distingue de la concurrence. Votre proposition de valeur unique doit figurer en bonne place sur votre page de renvoi et dans chaque campagne de marketing.

URL (Uniform Resource Location)

Adresse ou emplacement d'une ressource sur l'Internet, telle qu'une page Web, une image, une vidéo ou un fichier. Une URL se compose généralement d'un protocole (par exemple, HTTP ou HTTPS), d'un nom de domaine et d'un chemin ou de paramètres facultatifs qui spécifient l'emplacement de la ressource. Les

URL sont utilisées pour accéder au contenu du Web et créer des liens vers celui-ci, ce qui permet aux utilisateurs de naviguer sur l'Internet et d'extraire des ressources spécifiques.

URL TRANSPARENTE

Élément publicitaire dont l'URL transmise dans la bid request à l'acheteur est identique à celle sur laquelle la publicité sera effectivement affichée.

Use-case

Exemple d'application d'une technologie, d'un service ou d'un produit dans un contexte réel. Mettre autour de la table des utilisateurs, des industriels, des intermédiaires, des fournisseurs, des financeurs et les pouvoirs publics pour imaginer une solution sur forme de Use-Case est un gage de succès commercial.

User Story

Courte description d'une fonctionnalité du point de vue de l'utilisateur. Quand les demandes utilisateurs sont plus lourdes et générales ont parle d'"epic" (sorte de grande histoire).

En tant qu'utilisateur, je veux pouvoir me connecter avec mon compte Google pour voir mon solde CPF !

UX (User Experience)

Satisfaction qu'éprouve un utilisateur lorsqu'il interagit avec un produit, un service, une APP ou directement avec une entreprise. La concep-

tion UX se concentre sur la compréhension des besoins, des préférences et des comportements des utilisateurs afin de créer des expériences significatives, agréables et efficaces. Les concepteurs UX prennent en compte des facteurs tels que l'utilisabilité, l'accessibilité, l'architecture de l'information, le design d'interaction et le design visuel afin d'optimiser le parcours de l'utilisateur jusqu'à l'enchanter.



VC *Venture Capital/Capital-risque*

Désigne une forme d'investissement financier dans des start-ups et des entreprises à fort potentiel de croissance. Les investisseurs en capital-risque fournissent des fonds à ces entreprises à différents stades de leur développement, tels que l'amorçage (seed), le premier tour (Series A), etc. Ils prennent des participations dans l'entreprise en échange de financement, dans l'espoir d'obtenir des rendements élevés grâce à une augmentation significative de la valeur de l'entreprise à l'avenir. Les investisseurs en capital-risque jouent souvent un rôle actif dans le développement de l'entreprise, en fournissant des conseils stratégiques et un réseau de contacts pour aider à stimuler la croissance.

VOC (*Voice of Customer*)

Collecte et analyse des commentaires des clients pour améliorer les produits et services. Mouvement qui prône l'écoute client et le prag-

matisme du terrain par rapport aux statistiques en bureau. Popularisé par le Design Thinking et par une phrase célèbre de Steve Blank : Get out of the building. La solution, la bonne idée ne vient pas de derrière votre ordinateur, mais du contact avec les utilisateurs.

VPN (*Virtual Private Network*)

Technologie qui crée une connexion sécurisée et cryptée sur un réseau public, tel que l'Internet. Les VPN permettent aux utilisateurs d'envoyer et de recevoir des données comme s'ils étaient directement connectés à un réseau privé distant, même lorsqu'ils utilisent des réseaux publics ou non sécurisés. Les VPN garantissent la confidentialité, l'anonymat et la sécurité en cryptant les données et en les acheminant par l'intermédiaire d'un serveur distant, ce qui les protège contre l'écoute, la censure ou l'interception des données. Vous pouvez ainsi faire croire que vous êtes au Mexique via votre connexion et adresse IP alors que vous êtes tranquillement assis face à la tour Eiffel.

VR *Virtual Reality/Réalité Virtuelle*

Simulation générée par ordinateur ou d'une expérience immersive qui reproduit un environnement ou une situation et permet aux utilisateurs d'interagir avec le monde virtuel et de l'explorer. La Réalité Virtuelle implique généralement le port d'un casque et l'utilisation d'autres dispositifs pour fournir une expérience visuelle, tactile et sonore en trois dimensions. La Réalité Virtuelle est utilisée dans divers domaines, notamment le divertissement, les jeux, l'éducation, la formation, les

soins de santé et l'architecture, pour offrir des expériences réalistes et interactives.

VU/Visiteur unique

individu qui visite un site Web ou application mobile une ou plusieurs fois pendant un intervalle de temps spécifique

Peu importe combien de fois M. Dupont consulte un site, il sera toujours considéré comme un visiteur unique.

VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity)

Modèle de gestion face à l'incertitude, VUCA est souvent utilisé dans le contexte de la gestion stratégique et de la prise de décision pour décrire des environnements ou des situations caractérisés par ces quatre éléments.

Il est utilisé pour souligner l'importance de la flexibilité, de l'adaptabilité et de la résilience dans de telles conditions, car il peut être difficile de planifier de manière traditionnelle dans un environnement VUCA. Issu du monde militaire et mis à jour dans la Harvard Business Review en 2014.

VUCA est un concept qui aide à comprendre et à naviguer dans des environnements complexes, incertains, volatils et ambigus.

Il est souvent utilisé dans le domaine de la gestion et de la planification stratégique pour développer des stratégies et des approches plus adaptées à de telles conditions.

VWXYZ

Wallet

Portefeuille numérique pour stocker, gérer et effectuer des transactions en cryptomonnaie.

Metamask est un wallet pour Ethereum et NFT et autres crypto.

Les wallets custodial (ou gérés) possèdent les clés de vos crypto. Par opposition aux wallet non custodial qui vous laissent entièrement gérer vos actifs. Le dicton « Not your keys not your coins » doit vous pousser à choisir un wallet non custodial. DYOR !

Un hardware wallet est la manière la plus sécurisée de stocker ses cryptomonnaies. Le hardware wallet est un portefeuille physique qui permet un stockage à froid. Il se distingue ainsi des wallets en ligne ou desktops wallets, beaucoup moins sécurisés et plus facilement piratables. Les hardware wallets les plus connus sont le Ledger Trezor, et le Cool Wallet

WeAreSocial

Agence de marketing digital spécialisée dans les médias sociaux publiant des statistiques trimestrielles sur les réseaux sociaux à ne pas manquer.

WEB3

Vision d'Internet axée sur la décentralisation, la blockchain et l'autonomie des utilisateurs en réponse à la prédominance des géants du

Web et des plateformes dominantes

Webinaire

Séminaire en ligne interactif diffusé sur Internet. Généralement synchrone, avec un replay asynchrone. La plupart des vues sont postérieures à l'enregistrement donc sans interaction, mais à la demande.

WYSIWYG (What you See is What you Get)

Interface utilisateur qui permet aux utilisateurs de voir un document ou une page Web tels qu'ils apparaîtraient dans leur forme finale lors de l'édition ou de la conception. Sauf pour les geeks qui préfèrent la puissance des lignes de commande, tous les outils modernes sont wysiwyg, car ils affichent le texte, les images et le formatage en temps réel, fournissant ainsi une représentation visuelle du résultat final. Les éditeurs WYSIWYG sont couramment utilisés dans les traitements de texte, les constructeurs de sites Web et les systèmes de gestion de contenu pour simplifier le processus de conception et d'édition.

XML (Extensible Markup Language)

Langage de balisage qui définit les règles d'encodage des documents dans un format lisible à la fois par l'homme et par la machine. XML permet aux utilisateurs de créer des balises personnalisées et de structurer les données de manière hiérarchique, ce qui le rend adapté au stockage, à l'échange et au transport d'informations structurées. XML est largement utilisé pour l'échange de données, les API, les fichiers

de configuration, les services Web.

C'est un Web sémantique où les informations et les chiffres sont structurés selon un modèle qui permet une meilleure compréhension. Voir JSON

XR Extended Reality

Terme englobant la réalité virtuelle (RV) et la réalité augmentée (RA). Une surexposition du monde réel dans le monde inventé par la marque. Révolutionnaire pour le gaming, les visites, les formations et même le travail avec le spatial computing d'Apple.

YC (Y Combinator)

Incubateur de start-up situé à San Francisco, renommé pour programme d'accélération, ses « demo days », ses fondateurs et ses conseils.

ZK PROOF (Zero-Knowledge Proof)

Méthode de preuve mathématique sans révéler l'information sous-jacente. Plus généralement, il est très intéressant de prouver que vous avez plus de 18 ans sans montrer votre pièce d'identité ; ou de prouver que vous êtes vacciné sans montrer votre carnet de santé, ni votre âge, ni le type de vaccin reçu.

ZMOT (Zero Moment of Truth)

Moment où le consommateur recherche des informations avant l'achat. À ce moment précis toutes les marques sont sur un pied d'égalité. Si le consommateur fait une recherche Google, tous les résultats apparaîtront au même niveau

mêlant les plus grandes marques aux plus petites et habiles. Idem si le consommateur lance une recherche dans ses réseaux sociaux, les conseils ou les publicités seront mêlés, peu importe la puissance des annonceurs.