

L'Internet Marketing Manager est un outil informatique facile à utiliser et moderne pour la conception et la gestion des processus marketing en-ligne et l'optimisation de la présence sur Internet des entreprises.

Installation du logiciel

Windows

Double cliquez avec le bouton gauche de la souris le fichier téléchargé installimm.exe. Dans quelques instants le menu d'installation apparaîtra sur votre écran. Vous avez la possibilité d'installer le logiciel dans le dossier par défaut ou bien de sélectionner un nouveau. Dans le deuxième cas sélectionnez le dossier et cliquez le bouton **Suivant**.

Une fois l'installation du logiciel terminée l'icône du produit apparaîtra sur le Bureau et un nouveau groupe Internet Marketing Manager se créera dans le menu **Démarrer, Tous les programmes**. Pour démarrer l'application cliquez deux fois l'icône sur le Bureau ou bien sélectionnez le logiciel du menu **Démarrer, Tous les programmes, Internet Marketing Manager** et le symbole d'**Internet Marketing Manager**.

Linux

Pour visualiser les instructions d'installation de l'Internet Marketing Manager sous Linux, veuillez cliquer [ici](#).

Mac

Pour visualiser les instructions d'installation de l'Internet Marketing Manager sous MacOS, veuillez cliquer [ici](#).



Les bases

Chaque campagne de marketing Internet est composée d'un Guide, un Plan et une Analyse. Le Guide vous accompagnera pas à pas dans le processus de création de votre Plan d'action personnalisé. Ensuite vous avez la possibilité d'analyser les résultats de votre campagne avec l'Analyseur qui est intégré dans l'Internet Marketing Manager.

Navigateur

Le Navigateur vous introduit dans les différentes fonctions de l'Internet Marketing Manager. Il vous présente les différents modules du logiciels et vous donne un accès direct : créer un Guide et démarrer une Analyse ou bien ouvrir un Guide, Plan, Analyse existants.

Vous disposez de différents moyens pour ouvrir le **Navigateur**:

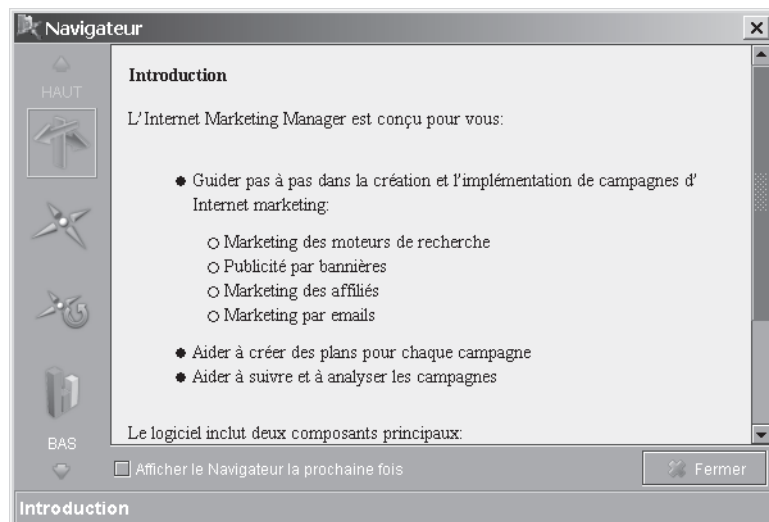
En cliquant l'icône du Navigateur dans le panneau de démarrage du logiciel , l'icône de Navigateur de la barre d'outils du Guide de campagne , l'icône de Navigateur de la barre d'outils de l'Analyseur, du menu **Aide** du Guide, du menu **Aide** de l'Analyseur et enfin en utilisant le raccourcis clavier **Ctrl + H**.


Nouveau Guide

Tous les nouveaux guides débutent par un assistant. L'**Assistant** vous posera des questions de présélection concernant votre entreprise et vos objectifs de campagne. En répondant à cette série de questions, comme par exemple le format de votre site web, le groupe cible, votre budget etc., nous permettra de vous offrir un guide personnalisé selon vos besoins spécifiques.


A la dernière question vous devez choisir le type de campagne que vous voulez implémenter - Marketing des moteurs de recherche, Publicité par bannières, Marketing des affiliés, Marketing par emails. Le logiciel vous assiste dans la prise de cette décision.

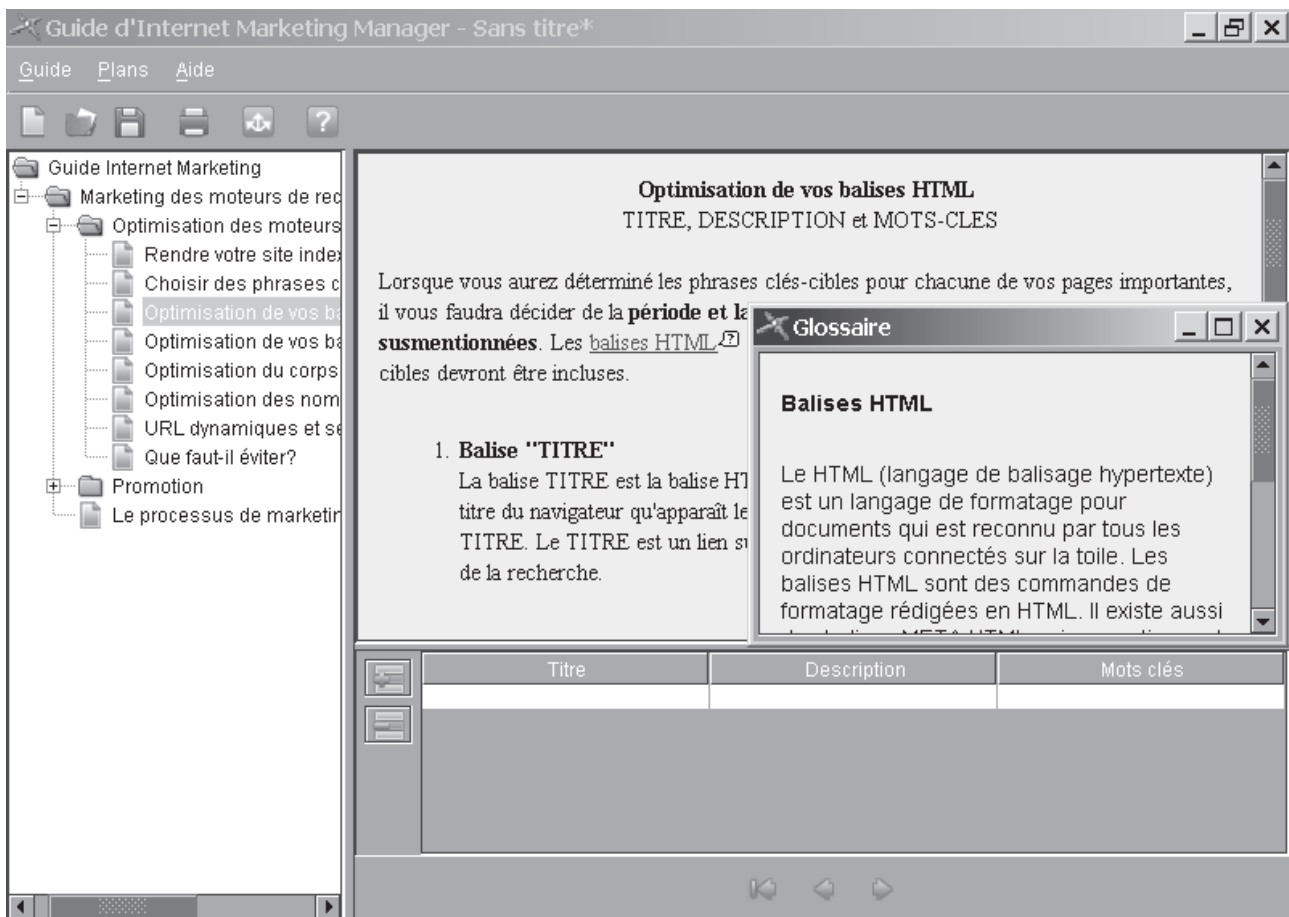
En fonction des réponses données à l'**Assistant** le logiciel créera la meilleure procédure pour l'implémentation de votre






campagne – le **Plan de campagne**. A gauche sont listées les différentes étapes et à droite les explications détaillées. Si un terme spécifique est suivi de l'icône  vous avez la possibilité de le cliquer pour lire sa définition dans le **Glossaire** interactif. A l'aide des flèches de navigation en bas de l'écran, vous pouvez passer au sujet suivant, précédent ou directement au début du Plan.

Dans le **Glossaire** vous trouverez les définitions des termes les plus importants dans le domaine du Marketing Internet. Pour ouvrir le Glossaire utilisez le raccourci clavier **Ctrl + G** ou sélectionnez l'option **Glossaire** du menu **Aide**.


Enregistrez votre Guide en sélectionnant l'option Enregistrer du menu Fichier, en cliquant le bouton  ou en appuyant le raccourci clavier **Ctrl + S**.



Une fois que vous avez passé toutes les étapes du Guide, il est recommandé de générer et imprimer le Plan de campagne. De cette façon vous avez un aperçu global sur tous les aspects de votre campagne en cours. Pour générer le Plan, sélectionnez l'option Générer Plan du menu Plans. Pour agrandir ou diminuer l'aperçu, utilisez les boutons  et . Les flèches vous permettent de naviguer d'une page à l'autre. Pour imprimer le plan cliquez le bouton .

Analyse

Après que vous avez travaillé un certain temps sur le projet, vous venez au moment de l'évaluation de vos performances.

Ouvrez le **Navigateur** et lancez une analyse de la campagne en cours en cliquant le bouton . Si la case **Afficher l'introduction la prochaine fois** n'a pas été cochée, l'Analyseur démarrera directement par l'interface de suivi de la campagne.

L'**Analyseur** de campagne intégré dans le logiciel vous aide à transformer chaque campagne en une simple machine à sous. Quand vous lancer l'**Analyseur** pour la première fois la page d'introduction s'affichera automatiquement. Cliquez l'onglet **Quoi**. Le logiciel vous explique quels sont les éléments à suivre pour chaque type de campagne.

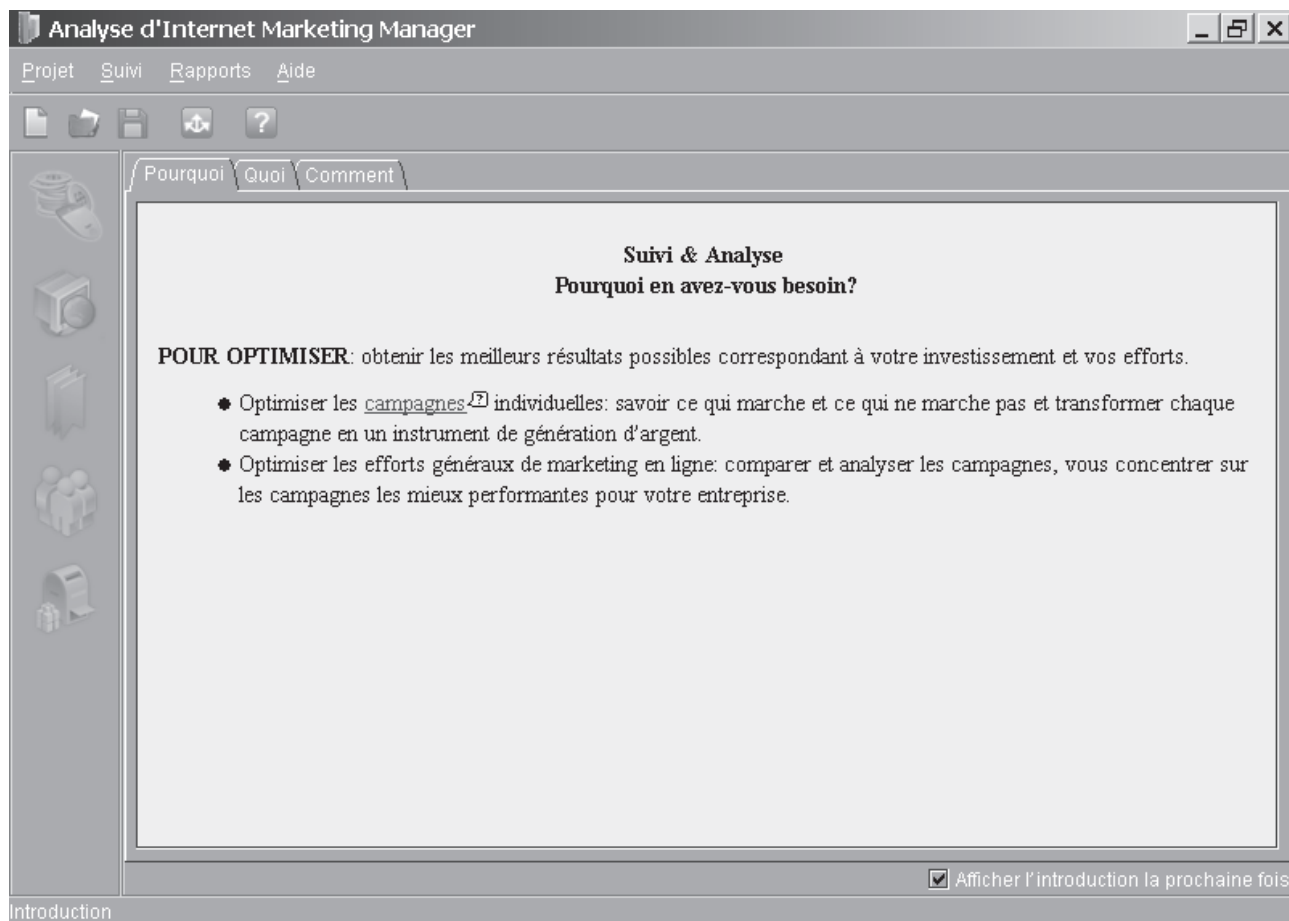
Pour naviguer entre les 5 différents types de campagne – **Campagne Pay per click (PPC)**, **Marketing des moteurs de recherche**, **Publicité par bannières**, **Marketing des affiliés**, **Marketing par emails**, utilisez les 5 boutons à gauche de votre écran. Pour finir, il permet de comparer la performance des différentes campagnes.

Campagne Pay per click





Pour évaluer une campagne Pay per click, sélectionnez l'option **Campagne de Pay per click** du menu **Suivi**, cliquez le bouton **Campagne Pay per click** dans la **Barre de raccourcis** ou utilisez le raccourci clavier **Alt + S** suivi de **Alt + C**.

En utilisant l'interface de suivi Campagne **Marketing des moteurs de recherche - Pay per click**, vous pourrez facilement y introduire les résultats pour chaque campagne Payer par clic organisée dans le but de promouvoir votre projet actuel. Si la campagne PPC est superflue pour le projet, faites abstraction de cette interface. L'interface de suivi Campagnes **Marketing des moteurs de recherche - payer par clic** possède 3 onglets : **Campagnes**, **Phrases clés** et **Périodes**.

Dans l'onglet **Campagnes**, vous devrez donner un nom à chaque campagne PPC lancée dont le but est de promouvoir le projet actuel. Il faudra également introduire des phrases clés pour chaque campagne - les phrases doivent être mises en valeur. Il vous est donné la possibilité de créer un nombre illimité de campagnes et d'introduire de nombreuses phrases clés pour chaque campagne.



Pour inscrire une campagne, suivez la méthode ci-après:

Double cliquez le champ de texte dans la colonne **Campagnes**. Donnez un nom à votre campagne et écrivez-le. Dans la plupart des cas, ce sera le nom du moteur de recherche PPC utilisé. Appuyez sur la touche Entrer pour valider votre choix. Utilisez les boutons  et  pour ajouter ou effacer une campagne. Pour insérez des phrases clés, double cliquez sur un champ dans la colonne **Phrases clés** et inscrivez la phrase clé. Confirmez avec la touche Entrer. Utilisez le bouton  pour ajouter de nouvelles phrases clés à la campagne en cours d'utilisation et  pour effacer une phrase clé.

L'onglet Phrases clés

Dans l'onglet **Phrases clés**, vous pourrez introduire les résultats des campagnes utilisant des phrases clés. Pour que toutes les phrases clés mises en valeur pour une campagne apparaissent, choisissez une campagne dans le menu déroulant. Les champs qui sont à votre disposition sont:

CPC (Coût Par Clic): le montant, en Euro, que vous payez lorsqu'un internaute clique sur votre liste. Vous trouverez cette information dans le moteur de recherche PPC que vous utilisez.

Clicks: le nombre de clics effectués par les internautes cherchant la phrase clé sur votre liste. Vous trouverez cette information dans le moteur de recherche PPC que vous utilisez.

Visites: le nombre des visites peut différer du nombre des clics effectués. Cela est dû au fait que votre page a été indisponible suite à une erreur, victime d'une mauvaise connexion, etc. Vous trouverez cette information dans le fichier journal du serveur ou dans le programme/service de suivi que vous utilisez.

Leads: le nombre d'internautes ayant visité votre liste de phrases clés et qui sont devenus leads (ayant fourni des données personnelles de contact, etc). Vous trouverez cette information dans les cookies ou le programme/service de suivi que vous utilisez.

Ventes: le nombre de ventes générées par les internautes ayant utilisé les phrases clés de votre liste de recherche. Vous trouverez cette information dans les cookies ou le programme/service de suivi que vous utilisez.

Ventes, EUR: les revenus des ventes générés par les internautes ayant utilisé les phrases clé de votre liste. Vous obtiendrez cette information en multipliant le nombre des ventes (champ précédent) par le prix des produits achetés.

L'onglet Périodes

Dans l'onglet **Périodes**, vous pourrez introduire les informations concernant la performance de vos campagnes PPC dans le temps et elles seront affichées par mois. Les réglages par défaut sont établis sur une durée de six mois. Il vous est possible d'ajouter ou d'effacer des mois selon la nécessité. Pour chaque mois, vous devrez inscrire:

Visites: le nombre de visites reçues sur le site faisant la promotion de toutes les campagnes PPC actives. Vous trouverez l'information concernant les visites dans le fichier journal du serveur ou du programme/serveur de suivi que vous utilisez.

Leads: le nombre des leads générés par toutes les campagnes PPC actives. Vous trouverez cette information dans les cookies ou dans le programme/serveur de suivi que vous utilisez.



Ventes: le nombre des ventes générées par toutes les campagnes PPC actives. Vous trouverez cette information dans les cookies ou dans le programme/serveur de suivi que vous utilisez.

Ventes, EUR: les revenus des ventes pour toutes les campagnes PPC actives. Vous obtiendrez cette information en multipliant le nombre des ventes (champ précédent) par le prix des produits achetés.

Optimisation des moteurs de recherche

Utilisez l'interface de suivi **Marketing des moteurs de recherche - Optimisation des moteurs de recherche (OMR)** pour introduire aisément les résultats de vos efforts d'OMR. L'optimisation du site consiste en un **processus** où il vous sera uniquement possible de suivre les résultats d'OMR de chaque projet par périodes. Il ne peut en aucun cas être considéré comme une campagne. Si vous ne souhaitez pas optimiser votre site, faites abstraction de cette interface.

L'accès à l'interface Marketing des moteurs de recherche - Optimisation des moteurs de recherche est possible en sélectionnant parmi les trois méthodes ci-après: En sélectionnant la commande **OMR** dans le menu **Suivi**, en cliquant l'icône **OMR** dans la **Barre de raccourcis** ou en appuyant le raccourci clavier **Alt + T**, puis **Alt + O**.

Dans l'interface de suivi **Marketing des moteurs de recherche - Optimisation des moteurs de recherche**, vous pourrez introduire les informations par périodicité mensuelle. Les réglages par défaut sont établis sur une durée de six mois. Il vous est possible d'ajouter ou d'effacer des mois selon la nécessité avec les boutons  et .

Pour chaque mois, vous devrez inscrire:

Cote numéro un dans les positionnements: le nombre de cotes numéro un obtenues pour toutes les destinations de recherche importantes pour le mois en question. Vous trouverez cette information dans le produit/service de suivi que vous utilisez.

Positionnements dans le top 10: le nombre de positionnements dans le top 10 pour toutes vos destinations de recherche importantes pour le mois en question. Vous trouverez cette information dans le produit/service de suivi que vous utilisez.

Positionnements dans le top 20: le nombre de positionnements dans le top 20 pour toutes vos destinations de recherche importantes pour le mois en question? Vous trouverez cette information dans le produit/service de suivi que vous utilisez.

Visites: le nombre de visites effectuées sur le site de promotion et qui provient des résultats générés pour toutes vos destinations de recherche importantes du mois en question. Vous trouverez les informations concernant les visites de vos fichiers dans le journal du serveur ou le programme/service de suivi que vous utilisez.

Leads: le nombre de leads générés par les internautes d'après les résultats de recherche algorithmiques. Cela concerne toutes vos destinations de recherche importantes pour le mois en question. Vous trouverez cette information dans les cookies ou le programme/service de suivi que vous utilisez.

Ventes: le nombre de ventes générées par les internautes d'après les résultats de recherche algorithmiques. Cela concerne toutes vos destinations de recherche importantes pour le mois en question. Vous trouverez cette information dans les cookies ou le programme/service de suivi que vous utilisez.

Ventes, en EUR: les revenus des ventes générées par les internautes d'après les résultats de recherche algorithmiques. Cela concerne toutes vos destinations de recherche importantes pour le mois en question. Vous obtiendrez cette information en multipliant le nombre des ventes (champ précédent) par le prix des produits achetés.

En plus des statistiques mensuelles, vous devrez mentionner le montant (en Euro) que vous avez investi pour l'optimisation des moteurs de recherche dans la case **Investissement**. Faites la mise à jour du montant si celui-ci évolue avec le temps.

Suivi des campagnes publicitaires par bannières

Utilisez l'interface de suivi **Campagnes Publicité par bannières** pour introduire aisément les résultats de chaque campagne de publicité par bannières organisée dans le but de promouvoir votre projet actuel. Si vous ne souhaitez pas organiser de campagne de publicité par bannières pour votre projet faites abstraction de cette interface.

L'accès à l'interface de suivi **Campagnes Publicité par bannières** est possible en sélectionnant parmi les trois méthodes ci-après: En sélectionnant la commande **Bannières** dans le menu **Suivi**, en cliquant sur l'icône **Bannières** dans la **Barre de raccourcis** ou en appuyant le raccourci clavier **Alt + S**, puis **Alt + B**. Voici les informations que vous devrez introduire:

Campagne: le nom de la campagne publicitaire par bannières organisée pour votre projet.

Impressions: le nombre des impressions générées par la campagne. Autrement dit, combien de fois la bannière a-t-elle été vue. Il vous sera possible de trouver cette information dans le programme/service de suivi que vous utilisez ou de suivre les impressions vous-même.

Investissements: le montant investi (en Euro) dans la campagne.

Clics: le nombre de clics effectués sur les bannières. Il vous sera possible: de trouver cette information dans le programme/service de suivi que vous utilisez ou de suivre l'évolution des clics vous-même.

Leads: le nombre d'internautes ayant cliqué sur une bannière et qui sont devenus des leads (ayant fourni des données personnelles de contact, etc.). Vous trouverez cette information dans les cookies ou le programme/service de suivi que vous utilisez.

Ventes: le nombre de ventes générées par les internautes ayant visité les liens des bannières. Vous trouverez cette information dans les cookies ou le programme/service de suivi que vous utilisez.

Ventes, en EUR: les revenus des ventes générées par les internautes ayant visité les liens des bannières. Vous obtiendrez cette information en multipliant le nombre des ventes (champ précédent) par le prix des produits achetés.

Suivi des programmes d'affiliés

Utilisez l'interface de suivi **Programmes d'affiliés** pour introduire aisément les résultats provenant des programmes d'affiliés organisés dans le but de promouvoir le projet actuel. Si vous ne souhaitez pas organiser de programmes d'affiliés pour votre projet, faites abstraction de cette interface.

L'accès à l'interface de suivi **Programmes d'affiliés** est possible en sélectionnant parmi les trois méthodes ci-après: En sélectionnant la commande **Affiliés** dans le menu **Suivi**, en cliquant l'icône **Affiliés** dans la **Barre de raccourcis**, en appuyant le raccourci clavier **Alt + S**, puis **Alt + A**. L'interface de suivi **Programmes d'affiliés** possède **2 onglets: Programmes et Périodes**.

Programmes

Dans l'**onglet Programmes**, vous pourrez introduire aisément les informations nécessaires pour chaque programme d'affiliés organisé pour votre projet. Voici les informations que vous devrez introduire:

Programmes: le nom du programme d'affiliés organisé pour votre projet.

Prix par action: le montant (en Euro) que vous payez à vos affiliés pour chaque action, se réfèrent généralement aux ventes.

Nombre des actions: le nombre d'actions générées par les internautes ayant visité votre site depuis les liens des affiliés. Ces actions sont généralement des ventes.

Visites: le nombre de visites effectuées sur votre site depuis les liens des affiliés. Vous trouverez cette information dans le fichier journal du serveur ou le programme/service de suivi que vous utilisez.

Leads: le nombre d'internautes ayant visité des liens affiliés et qui sont devenus des leads (ayant fourni des données personnelles de contact, etc...) Vous trouverez cette information dans les cookies ou le programme/service de suivi que vous utilisez.

Ventes: le nombre de ventes générées par les internautes passant par les liens des affiliés. Vous trouverez cette information dans les cookies ou le programme/service de suivi que vous utilisez.

Ventes, en EUR: les revenus générés par les internautes passant par les liens des affiliés. Vous obtiendrez cette information en multipliant le nombre des ventes (champ précédent) par le prix des produits achetés.

Périodes

Dans l'**onglet Périodes**, vous pourrez introduire les informations, par périodicité mensuelle, sur la performance de tous vos programmes d'affiliés pendant toute la durée du programme. Les réglages par défaut sont établis sur une durée de six mois. Il vous est possible d'ajouter ou d'effacer des mois selon la nécessité. Pour chaque mois, vous devrez inscrire:

Visites: le nombre de visites effectuées sur le site en promotion depuis les liens des programmes d'affiliés. Vous trouverez cette information dans le fichier journal du serveur ou le programme/service de suivi que vous utilisez.

Leads: le nombre de leads provenant de tous les programmes d'affiliés organisés pour votre projet. Vous trouverez l'information concernant les leads dans les cookies ou le programme/service de suivi que vous utilisez.

Ventes: le nombre de ventes générées par les internautes ayant visité les liens affiliés. Il sera relatif à tous les programmes d'affiliés organisés pour votre site. Vous trouverez l'information concernant les leads dans les cookies ou le programme/service de suivi que vous utilisez.

Ventes, en EUR: les revenus des ventes générées par tous les programmes d'affiliés. Vous obtiendrez cette information en multipliant le nombre des ventes (champ précédent) par le prix des produits achetés.

Suivi des campagnes par emails

Utilisez l'interface de suivi **Campagnes Marketing par emails** pour introduire aisément les résultats de chaque campagne

email organisée dans le but de promouvoir le projet actuel. Si vous ne souhaitez pas organiser dans le but de promouvoir le projet actuel. Si vous ne souhaitez pas organiser de campagne email pour votre projet, faites abstraction de cette interface. L'accès à l'interface de suivi **Campagnes Marketing par emails** est possible en sélectionnant parmi les trois méthodes ci-après: En sélectionnant la commande **Emails** dans le menu **Suivi**, en cliquant l'icône **Emails** dans la **Barre de raccourcis** ou en appuyant le raccourci clavier **Alt + T**, puis **Alt + E**. Voici les informations que vous devrez introduire:

Campagne: le nom de la campagne email organisée pour votre projet.

Investissements: le montant investi (en Euro) dans la campagne.

Envoyés: le nombre d'emails envoyés.

Retournés: le nombre d'emails retournés.

Ouverts: le nombre d'emails ouverts.

Visites: le nombre de clics effectués sur les liens affichés dans les messages électroniques et entraînant la visite de votre site. Vous trouverez cette information dans le programme/service de suivi que vous utilisez ou bien suivez l'évolution des visites vous-même. Il vous sera possible de suivre les visites uniquement depuis des emails HTML.

Leads: le nombre d'internautes ayant cliqué sur les liens affichés dans le message électronique et qui sont devenus des leads (ayant fourni des données personnelles de contact, etc...). Vous trouverez cette information dans les cookies ou le programme/service de suivi que vous utilisez.

Ventes: le nombre de ventes générées par les internautes ayant cliqué sur les liens affichés dans les messages électroniques. Vous trouverez cette information dans les cookies ou le programme/service de suivi que vous utilisez.

Ventes, en EUR: les revenus des ventes générées par les internautes ayant cliqué sur les liens affichés dans le message électronique et qui ont acheté un produit ou service sur votre site. Vous obtiendrez cette information en multipliant le nombre des ventes (champ précédent) par le prix des produits achetés.

Rapports

Les rapports sont basés sur l'analyse des informations introduites par vos soins dans les interfaces de suivi. Ils mettent en valeur les indicateurs essentiels pour le succès de vos campagnes: taux de conversion et rendement du capital investi.

Vous pourrez générer des rapports pour les 5 principaux types de campagne: Pay par click, Optimisation des moteurs de recherche, Publicité par bannières, Marketing des affiliés, Marketing par emails. Chaque rapport présente des informations pour toutes les campagnes organisées au sein de chaque type de campagne. L'**Analyseur campagne** crée **deux rapports supplémentaires** en plus des cinq rapports déjà cités:

Marketing des moteurs de recherche total: analyse et estimation de l'efficacité globale de vos activités de marketing par moteur de recherche.

Comparaison: évaluation de l'efficacité globale entre deux ou plusieurs campagnes conjointes. Ce rapport vous permettra de faire une rapide évaluation pour déterminer la campagne qui obtiendra les meilleurs résultats pour votre projet. Ce rapport se fait sur base d'indicateurs de succès universels.

Chaque rapport est composé de **trois parties**: Liste des avantages, Outils métriques et Définitions. Vous pourrez imprimer chaque rapport servant pour de futures références en cliquant sur l'icône Imprimer.

Tous les rapports sont **accessibles** depuis le menu **Rapports** ou en utilisant les raccourcis clavier suivants: **Alt + R**, puis **Alt + P** pour générer un rapport **Pay par click**, **Alt + R**, puis **Alt + O** pour générer un rapport **OMR**, **Alt + R**, puis **Alt + M** pour générer un rapport **MMR total**, **Alt + R**, puis **Alt + B** pour générer un rapport **Publicité par bannières**, **Alt + R**, puis **Alt + A** pour générer un rapport **Programmes d'affiliés**, **Alt + R**, puis **Alt + E** pour générer un rapport **Campagne email**.

Enregistrer les projets mis à jour

Pour écraser l'ancienne version du projet, utilisez la commande **Enregistrer**. Pour garder l'ancienne version du projet intact, il faudra enregistrer le projet sous un nom différent. Pour cela, sélectionnez la commande **Enregistrer Sous**, accessible: En cliquant sur la commande **Enregistrer sous** dans le menu **Projet** ou en appuyant le raccourci clavier **Alt + P**, puis **Alt + S**.

Pour enregistrer le projet sous un nom différent, sélectionnez ou créez le dossier où vous sauvegardez le projet. Pour finir, écrivez le nouveau nom du projet dans la case de texte appropriée. Les projets sont enregistrés en tant que fichiers Analyseur Projet (.apr).

Informations supplémentaires en-ligne

Des informations supplémentaires concernant Internet Marketing sont disponibles sur le site **online.bluevizia.com**. Vous pouvez accéder à ce site de la page d'accueil **online.bluevizia.com** ou directement du logiciel en choisissant **bluevizia Online** du menu **Aide**.