

Le lexique du marketing interactif

Édition 2001

BUREAU DE
LA PUBLICITÉ
SUR INTERNET
AU QUÉBEC



Un Groupe d'Intérêt Spécial de l'Alliance numériQC

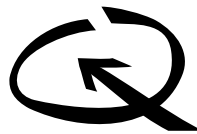
« Entre le Web et la pub, ça clique ! »

En collaboration avec :

Québec 
Office
de la langue française



Le français dans la publicité 2001



Le conseil des
directeurs médias
du Québec Inc.

Qui dit nouvelle industrie dit également nouvelle terminologie. Ce lexique du marketing interactif se veut être un outil qui permettra aux publicitaires, aux producteurs multimédias, aux représentants des ventes de publicité sur Internet et aux annonceurs d'utiliser le même vocabulaire afin de mieux communiquer entre eux et se comprendre.

Nous espérons que vous saurez en apprécier l'utilité et qu'il deviendra rapidement votre référence indispensable et un précieux outil de travail. Ainsi, vous aurez certainement envie d'en faire la promotion auprès de vos pairs, collègues et clients.

Afin de mieux percevoir l'impact des nouvelles technologies sur l'industrie publicitaire québécoise, il est nécessaire de s'entendre sur un vocabulaire commun. C'est l'ambition de ce premier lexique du marketing interactif au Québec.




Cette initiative a été rendue possible grâce au Bureau de la Publicité sur Internet au Québec (BPIQ) et à de précieux collaborateurs :

Romain Bédard	Rédacteur en chef, <u>Espacecom</u> , Édition Info Presse
François Boulet	V.-P., Contenus et services, <u>BRANCHEZ-VOUS! inc.</u>
Lorraine Hébert	Directrice, Partenariats stratégiques, <u>BRANCHEZ-VOUS! inc.</u>
Jean Gaudreau	Président, Charabia Interactif Inc.
Nicolas Gaudreau	V.-P., <u>Sympatico-Lycos</u>
Marc Meloche	Directeur régional, <u>Doubleclick Canada</u>
Patrick Pierra	Président, <u>BRANCHEZ-VOUS! inc.</u>
Jean Sanche	V.-P., Ventes, <u>BRANCHEZ-VOUS! inc.</u>
Sylvain Tremblay	Spécialiste en solutions d'affaires, SAS
Yvon Tremblay	Directeur vente et développement commercial, <u>Netgraphe</u>
Imen Zitouni	Conseillère, <u>Cossette Interactif</u>
Loïc Guillard	Développement des affaires, <u>Marigny Solutions Internet</u>
Erwan Massiot	Coordonnateur de projets, <u>BPIQ</u>



Et également :

Le Conseil des Directeurs Médias du Québec – CDMQ
Les Normes Canadiennes de la publicité
Office de la langue française – Gouvernement du Québec
Media Metrix Canada

Légendes et codes utilisés :

 Terme défini	 Terme anglais	 Lien hypertexte
---	--	--

Parcours (*Clickstream*) : Séquence des requêtes de pages ou des clics effectués par un internaute lors de la visite d'un site Web. [Office de la langue française]

 Définition	 Source linguistique
---	--

Références :

- ❑ Office de la langue française
Références disponibles sur : Le Grand Dictionnaire Terminologique (www.olf.gouv.qc.ca)
- ❑ MédiaMétrix
Références disponibles à : <http://www.mediametrix.ca/>
- ❑ CESP (Centre d'Études des Supports de Publicité)
Références disponibles à : <http://www.cesp.org/>

INDEX

(Cliquez pour accéder directement au terme désiré)

Achalandage

Adresse IP
Analyse comparative
Argent électronique
Auditoire numérique

Bandeau (ou bannière) publicitaire

Bandeau (ou bannière) rotatif(ve)
Bandeau (ou bannière) saturé(e)/ en déclin
Borne interactive

C3E (Comm. Electr. Entre Entreprises)

Clic
Clic publicitaire
Commerce électronique
Commerce grand public
Consultation publicitaire
Courrier électronique, courriel
Coût par clic, CPC
Coût par mille, CPM
Coût par transaction (ou par demande),
CPT (ou CPD)
Coût par vente, CPV
Cryptage (ou Chiffrement)
Cyberpublicité
CyberRP

Durée d'une visite

Ecran fugitif

Fenêtre contextuelle

Fichier journal

Impression publicitaire

Indexation (ou Référencement)
Interstitial (ou page interstitielle)

Lien hypertexte

Liste de diffusion

Magazine électronique / Webzine

Marketing par courriel
Marketing personnalisé
Marketing relationnel
Marketing viral

Marqueur Méta (ou marqueur de mots-clés)

Médias numériques
Média enrichi
Mémoire cache
Mesure interactive
Microsite
Mise en marché Web
Mots-clés

Nétiquette

Nom de domaine

Origine géographique des consultations

Page vue

Pages vues avec publicité, PAP
Page Web
Parcours
Pixel
Placement cybermédia
Plugiciel
Politique de confidentialité
Pollurriel
Portail
Pull marketing (ou stratégie d'attraction)
Push marketing (ou stratégie oblique)

Requête de fichier

Requête de page
Requête de page publicitaire
Retour sur l'investissement
Routage

Serveur de cache

Serveur de publicité

Taux de clics publicitaires

Taux de pénétration
Taux de transformation
Témoin

URL

Vertail (ou vortail)

Visite
Visiteur (ou Visiteur unique)

Achalandage (*Web Site Traffic*) : Nombre total de visites et/ou de pages vues générées sur un site pour une période donnée.

Adresse IP (*Internet Protocole Address*) : Numéro constitué de quatre nombres entiers séparés par des points, qui identifie de façon unique un ordinateur connecté au réseau Internet et en permet la localisation. [Office de la langue française]

Exemple : 000.000.000.0

Analyse comparative (*Benchmarking*) : Analyse des performances de produits ou de services selon des critères préétablis. Sur Internet, l'analyse comparative est utilisée pour comparer les statistiques de différentes pages Web (l'achalandage, le taux de clics sur les bandeaux, etc.).

Argent électronique (*Electronic Cash ou e-Cash*) : Mode de paiement qui se développe dans Internet et qui évite d'avoir à utiliser une carte de crédit pour régler des achats. [Office de la langue française]

Auditoire numérique (*Audience*) : Nombre total de visiteurs uniques recensés sur un site pour une période donnée.

Bandeau (ou bannière) publicitaire (*Advertising Banner*) : Espace publicitaire, de différents formats, animé ou non, annonçant un produit ou un service, et générant habituellement un lien hypertexte avec le site d'un annonceur.

Remarque : Voir le mini-guide des formats publicitaires du BPIQ

Bandeau rotatif (ou bannière rotative) (*Rotative Banner*) : Espace publicitaire permettant de diffuser en alternance plusieurs bandeaux, de différents annonceurs.

Bandeau (ou bannière) saturé(e) / en déclin (*Banner Burned out*) : Bandeau publicitaire en surexposition. La fréquence trop élevée diminue l'efficacité publicitaire du bandeau.

Borne interactive (*Interactive Kiosk*) : Ordinateur (souvent tactile) situé dans un endroit public pouvant donner accès à Internet (*par exemple* : TelWeb), permettre des transactions bancaires (*par exemple* : guichet automatique) ou simplement donner de l'information (*par exemple* : borne interactive dans les centres commerciaux).

C3E (ou Commerce électronique interentreprises) (*Business-to-Business ou B to B*) : Type de commerce électronique favorisant, grâce au réseau Internet, aux extranets ou aux réseaux privés virtuels, la vente de produits et services entre les entreprises. [Office de la langue française]

Clic (*Click*) : Action de l'internaute qui active des éléments ou des liens hypertextes dans une page Web.

Clic publicitaire (*Ad Click*) : Clic effectué sur un élément publicitaire affiché dans une page Web (bandeau, bouton, etc.) conduisant l'internaute visiteur directement sur le site de l'annonceur. [Office de la langue française]

Commerce électronique (*Electronic Commerce ou e-Commerce*) : Ensemble des activités commerciales effectuées à l'aide de réseaux informatiques (tel Internet), incluant la promotion et la vente en ligne de produits et services, la vente d'information, ainsi que l'échange de correspondance électronique. [Office de la langue française]

Commerce grand public (*Business-to-Consumer* ou *B to C*): Achat qui s'effectue d'entreprise à consommateur, l'enjeu consistant à attirer directement le client potentiel. [Office de la langue française]

Consultation publicitaire: Action de cliquer sur un élément publicitaire et de télécharger l'ensemble des pages d'une publicité.

Courrier électronique, Courriel (*e-Mail*): Service de correspondance sous forme d'échange de messages électroniques, à travers un réseau informatique. [Office de la langue française]

Coût par clic, CPC (*Cost per Click, CPC*): Coût d'une publicité en ligne établi en fonction du nombre de clics effectués par un visiteur unique sur un élément publicitaire (bandeau, bouton, etc.). En combinant le coût par mille avec le taux de clics, on obtient le coût par clic. [Office de la langue française]

Coût par mille, CPM (*Cost per Thousand, CPM*): Coût d'une publicité par tranche de mille impressions publicitaires.

Coût par transaction (ou par demande), CPT (ou CPD) (*Cost per Lead, CPL*): Le CPT calcule le coût d'un élément publicitaire par rapport au nombre d'internautes ayant effectué une transaction (adhésion à une offre, à un produit, à un service, participation à un concours ou encore demande de renseignements supplémentaires par courriel). Ces internautes sont ainsi considérés comme des clients potentiels (prospects/Lead).

Coût par vente, CPV (*Cost per Sale, CPS*): Le CPV est un coût fixe unitaire ou en pourcentage applicable sur les ventes générées par l'exposition d'une cyberpublicité.

Cryptage (ou Chiffrement) (*Encryption*): Opération par laquelle est substitué, à un texte en clair, un texte inintelligible, inexploitable pour quiconque ne possède pas la clé permettant de le ramener à sa forme initiale. [Office de la langue française]

Cyberpublicité (*Cyberadvertising*): Ensemble des moyens, visuels, sonores et parfois interactifs, utilisés à travers le Web, qui sont destinés à informer les internautes et à les convaincre d'acheter un produit ou un service offerts en ligne. [Office de la langue française]

CyberRP (*CyberPR*): Diminutif de cyber-Relations Publiques. Les cyberRP concernent toutes les activités de relations publiques qui exploitent un produit ou un service du cyberspace.

Durée d'une visite (*Visit Length*): Laps de temps écoulé entre la première et la dernière requête de page lors de la visite d'un site.

Écran fugitif (*Splash Screen*): Page écran affichant une image, un graphique ou un court texte avant d'amener l'internaute visiteur vers la page d'accueil proprement dite d'un site Web. [Office de la langue française]

Fenêtre contextuelle (*Pop-up window*): Fenêtre apparaissant à l'intérieur d'une autre fenêtre, sans intervention de l'utilisateur, et qui sert à proposer des choix ou à envoyer un message quelconque en rapport avec la situation (un message d'erreur ou d'avertissement, par exemple). [Office de la langue française]

Fichier journal (*Log file*) : Relevé chronologique des opérations informatiques constituant un historique de l'utilisation des programmes et des systèmes sur une période donnée.

Remarque : ce fichier généré par le serveur d'un site est utilisé pour mesurer les requêtes de pages.

Impression publicitaire (*Ad Impression*) : Exposition à un élément publicitaire dont le fichier a été téléchargé. Le nombre d'impressions est souvent évalué sur une base mensuelle par les sites médias.

Indexation (ou Référencement) (*Registration / Referencing*) : Enregistrement d'un site Web dans les moteurs et répertoires de recherche, afin de le faire connaître aux internautes, d'en accroître la visibilité et d'augmenter ainsi le nombre de visiteurs. [Office de la langue française]

Interstitial (ou publicité interstitielle) (*Interstitial*) : Écran publicitaire de transition qui apparaît entre deux pages Web, notamment pendant que l'internaute attend le chargement de la page Web demandée. [Office de la langue française]

Lien hypertexte (*Hyperlink*) : Connexion activable à la demande dans le Web, reliant des données textuelles ayant une relation de complémentarité les unes avec les autres, et ce, où qu'elles se trouvent dans Internet. [Office de la langue française]

Exemple : Ceci est un lien hypertexte.

Liste de diffusion (*Mailing List*) : Liste d'adresses de courriers électroniques contenues dans une base de données permettant l'envoi groupé d'une communication ou de publicité.

Magazine électronique / Webzine (*e-Zine*) : Publication distribuée par l'intermédiaire d'un réseau informatique, tel Internet. [Office de la langue française]

Marketing par courriel (*E-Mail Marketing*) : Technique de marketing exploitant le courrier électronique à des fins publicitaires.

Marketing personnalisé (*One-to-One Marketing*) : Personnalisation des actions marketing et de communication en fonction du profil et des attentes de chaque client.

Marketing relationnel (*Relationship Marketing*) : Ensemble des méthodes de marketing consistant à créer un lien continu (partenariat) entre l'entreprise et ses intermédiaires, ses partenaires, ses fournisseurs et ses consommateurs.

Marketing viral (*Viral Marketing*) : Technique marketing de ciblage consistant à assurer le succès d'un produit ou d'un service en touchant une petite communauté d'amateurs qui servent de cobayes et qui, s'ils apprécient le produit, le font savoir à d'autres amateurs et ainsi de suite, ce qui a pour effet de transmettre rapidement le succès comme par épidémie ou par rebondissements successifs. [Office de la langue française]

Marqueur Méta (ou marqueur de mots-clés) (*Meta Tags*) : Marqueur HTML inséré dans l'en-tête d'une page Web, après le titre, qui permet de décrire le contenu de la page afin de la référencer correctement et plus facilement dans les moteurs de recherche. [Office de la langue française]

Médias numériques: Ensemble de médias faisant référence à des techniques de production et de communication de l'information qui, en intégrant le numérique et l'interactivité, permettent la création, le traitement et la distribution de contenus multimédias

Remarque : Voici quelques exemples de nouveaux médias, regroupés en trois catégories : a) les médias qui mettent en valeur les médias traditionnels, notamment grâce à la technologie numérique : radio numérique, télévision numérique, vidéo numérique, etc.; b) les médias qui résultent de la combinaison de médias jusqu'ici distincts : le multimédia, le CD-ROM, la vidéoconférence numérique, etc.; c) les médias qui utilisent des formes totalement nouvelles : l'hyper texte, l'hyper média, Internet, la réalité virtuelle, etc.

Média enrichi (*Rich Media*): Appellation générique désignant l'ensemble des technologies nouvelles qui permettent d'inclure dans une publicité des contenus multimédias (vidéo, son, animation, texte, photos, etc.) et interactifs, parfois accompagnés d'effets spéciaux, qui exigent par conséquent une plus large bande passante. [Office de la langue française]

Remarque : Parmi les technologies les plus couramment utilisées pour créer ce type de bandeaux publicitaires interactifs dans les sites Web, mentionnons : Java, JavaScript, DHTML, RealAudio, RealVideo, Enliven, Shockwave, Flash et VRML.

Mémoire cache (*Cache Memory*): Espace disque alloué au navigateur lui permettant de remplir sur l'ordinateur de l'internaute, les pages qui font l'objet des requêtes les plus fréquentes dans le but d'accélérer le téléchargement.

Mesure interactive (*Interactive Measurement*): Ensemble des techniques utilisées pour évaluer l'achalandage et la publicité sur Internet.

Microsite: Site Internet, composé de quelques pages, destiné à une vocation publicitaire sporadique ou événementielle, généralement conçu pour accompagner une campagne publicitaire.

Mise en marché Web (*Drive to Web*): Approche stratégique pouvant utiliser l'ensemble des moyens de communication (Internet et/ou médias traditionnels), afin de diriger les internautes vers un site Internet donné.

Mots-clés (*Keywords*): Mots et expressions introduits dans les moteurs et annuaires pour rechercher un site ou de l'information quelconque. Sur certains sites, les mots-clés peuvent être vendus aux annonceurs, qui peuvent ainsi sélectionner leur auditoire publicitaire en ciblant les internautes selon leurs centres d'intérêts.

Nétiquette (*Netiquette*): Ensemble des conventions de bienséance régissant le comportement des internautes dans le réseau, notamment lors des échanges dans les forums ou par courrier électronique. [Office de la langue française]

Nom de domaine (*Domain Name*): Partie d'un nom Internet qui identifie spécifiquement le site Internet d'une organisation donnée. [Office de la langue française]

Exemple : <http://www.bpiq.net/lexique> («www.bpiq.net » est le nom du domaine).

Origine géographique des consultations (*geographical audience origin*): Identification de la provenance des utilisateurs d'un site Internet donné, à partir, par exemple, du nom de domaine, et/ou de l'hébergeur, du fournisseur d'accès, d'une base de données.

Page vue (*Page View*) : Valeur informatique utilisée pour mesurer de façon automatique l'achalandage d'un site Web, qui correspond à un cas où une page Web est téléchargée. [Office de la langue française]

Remarque : Cette notion se confond souvent avec la requête de page, puisqu'on ne peut pas techniquement mesurer lorsqu'une page a été «vue » (téléchargée) au complet.

Pages vues avec publicité, PAP : Nombre de pages vues sur lesquelles figurent un ou plusieurs éléments publicitaires (bandeau ou objet publicitaire de toute nature). [CESP]

Page Web : Document hypertexte diffusé dans le Web, qui forme un tout couvrant un sujet donné. [Office de la langue française]

Parcours (*Clickstream*) : Séquence des requêtes de pages ou des clics effectués par un internaute lors de la visite d'un site Web. [Office de la langue française]

Pixel (*Pixel*) : Élément le plus petit d'une surface d'affichage auquel on puisse associer individuellement une couleur (ou un niveau de gris) et une intensité. [Office de la langue française]

Par exemple : Le pixel est l'unité de mesure du format d'un bandeau publicitaire. La bannière publicitaire de format 468 X 60 pixels représente le format le plus commun sur le web. ([mini-guide des formats publicitaires](#), BPIQ)

Placement cybermédia (*Cyberplacement*) : Action de planifier et acheter de l'espace publicitaire sur des sites Internet.

Plugiciel (*Plug-in*) : Logiciel d'application complémentaire qui, associé à un navigateur Web, entre automatiquement en action en présence d'un objet multimédia, et ce, sans que l'utilisateur n'ait à intervenir. [Office de la langue française]

Politique de confidentialité (*Privacy Statement*) : Déclaration publiée dans un site Web, dans laquelle on précise et garantit l'engagement de ce site, et de l'entreprise qu'il représente, à protéger le droit à la confidentialité, notamment à ne pas divulguer ou vendre à un tiers les renseignements personnels recueillis sur les internautes. [Office de la langue française]

Pollurriel (*Spam*) : Courrier électronique de masse, non sollicité et souvent indésirable, reçu par l'internaute.

Portail (*Portal*) : Site Web dont la page d'accueil propose, en plus d'un moteur de recherche, une foule d'informations et de services attractifs avec des liens hypertextes. Il est conçu pour guider les internautes et faciliter leur accès au réseau, mais surtout pour les attirer et fidéliser le plus grand nombre d'entre eux, au point de devenir leur porte d'entrée dans Internet. [Office de la langue française]

Pull marketing (ou stratégie d'attraction) (*Pull Marketing*) : Stratégie de marketing qui vise à attirer l'attention du consommateur sur le produit ou le service et, par le fait même, à créer ou à augmenter la demande pour le produit ou le service. [Office de la langue française]

Push marketing (ou stratégie oblique) (*Push Marketing*) : Stratégie de marketing qui vise à convaincre distributeurs et détaillants de stocker et de vendre un produit, ou de fournir un service, et à pousser le consommateur à acheter le produit ou le service par des actions promotionnelles axées sur la réduction des prix, par exemple les rabais. [Office de la langue française]

Requête de fichier (*Hit*) : Connexion enregistrée par un serveur et provoquant l'envoi d'un élément de contenu vers l'ordinateur d'un Utilisateur. Lorsqu'un utilisateur clique sur un lien ou compose un URL, il provoque habituellement plusieurs requêtes simultanées sur un serveur, soit autant de requêtes que d'éléments qui composent la page appelée. Le "*hit*" n'a aucune valeur de mesure interactive.

Requête de page (*Page Request*) : Connexion enregistrée par un serveur et provoquant l'envoi du fichier de base d'une page Web (HTML) vers l'ordinateur d'un utilisateur.

Remarque : Usuellement, une « requête de page » se confond avec une « page vue ».

Requête de page publicitaire (*Ad Request*) : Connexion enregistrée par un serveur et provoquant l'envoi du fichier de base d'une page Web contenant de la publicité vers l'ordinateur d'un utilisateur.

Retour sur l'investissement (*Return on Investment, ROI*) : Mesure optimale de l'efficacité des actions marketing sur Internet.

Remarque: Le retour sur investissement d'une campagne cyberpublicitaire se calcule à partir du nombre d'impressions publicitaires obtenues, du nombre de clics, du nombre de visiteurs uniques sur le site promu, et du nombre d'adhérants à l'offre; On obtient alors le coût pour convertir un internaute en cyberclient.

Routage : Instruction de mise en ligne pour la diffusion d'une cyberpublicité.

Serveur de cache (*Proxy*) : Serveur doté d'une mémoire de masse pouvant stocker et mettre à jour régulièrement les pages Web les plus consultées par un groupe d'internautes, raccourcissant ainsi le temps d'accès à ces pages consultables en différé, et réduisant le trafic sur le réseau. [Office de la langue française]

Serveur de publicité (*Ad Server*) : Logiciel de gestion publicitaire en temps réel (mesure dynamique) qui permet d'assurer le routage média (en fonction de la période de diffusion, l'heure de la journée, la zone géographique, etc.) et l'analyse de performance de chacun des éléments publicitaires en fonctions d'objectifs très ciblés (ex. : le nombre d'impressions publicitaires, le nombre de clics, le taux de clics publicitaires ou le taux de transformation).

Taux de clics publicitaires (*Click-Through Rate*) : Rapport, exprimé en pourcentage, entre le nombre de clics publicitaires constatés et le nombre d'impressions ou pages vues constatées. [Office de la langue française]

Taux de pénétration (*Reach*) : Pourcentage des internautes qui se sont rendus dans une application numérique, un domaine global, une propriété ou une catégorie spécifiques, par rapport au nombre total d'internautes ayant utilisé un média numérique au cours de la période de déclaration (on dit aussi auditoire électronique cumulatif). [Média Métrix]

Taux de transformation (*Conversion Rate*) : Pourcentage de clics ayant abouti à un acte d'achat, d'adhésion à une offre ou simplement à une demande de renseignements, par rapport au nombre total de clics sur l'annonce publicitaire.

Témoin (*Cookie*) : Élément d'information qui est transmis par le serveur au navigateur lorsque l'internaute visite un site Web, et qui peut être récupéré par ce serveur lors de visites subséquentes. [Office de la langue française]

URL (*Uniform Resource Locator*) : Ensemble de données permettant d'accéder à l'information sur Internet à l'aide d'un navigateur Web et contenant une méthode d'accès au document recherché, le nom du serveur et le chemin d'accès au document. [Office de la langue française].

Par exemple : <http://www.bpiq.net> est une adresse URL.

Vertail (ou vortail) (*Vertal, Hub*) : Tout comme le portail, il offre habituellement des contenus qui orientent les internautes vers d'autres sites et/ou un moteur ou un répertoire de recherche. Toutefois, le vertail développe des sujets verticaux, se concentrant sur un thème unique.

Visite (*Visit*) : Passage d'un internaute visiteur dans un site Web, correspondant à l'ensemble des requêtes qu'il effectue sur ce même site, du moment où il y accède jusqu'à ce qu'il le quitte. [Office de la langue française]

Visiteur (ou Visiteur unique) (*Unique Visitor*) : Internaute qui visite ou consulte un même site Web au cours d'une période déterminée. [Office de la langue française]

Remarque : Le visiteur unique peut être identifié à partir d'un sondage (comme le panel de MédiaMétrix) ou d'un ensemble de techniques utilisant les fichiers journaux, les adresses IP, les témoins, etc. Un visiteur peut effectuer plusieurs visites dans une même période.