**Maîtrisez le jargon (et les sigles) du métier**

Tous les métiers ont leur propre vocabulaire technique. La terminologie est la première barrière d’entrée dans un domaine, quel qu’il soit. Si vous décidez de travailler dans le marketing digital, vous baignerez dans le jargon. Dans ce domaine, il prend généralement la forme de sigles. Qui plus est, ces sigles viennent quasi-systématiquement de l’anglais. Mais ne vous laissez pas impressionner ! Avec ce kit de survie, vous serez équipé, non seulement pour suivre et participer à une réunion marketing mais aussi pour continuer votre apprentissage en toute sérénité.

Ces sigles représentent des concepts importants. Cela dit, à ce stade, vous n’avez pas besoin de les apprendre par cœur. Imprégnez-vous-en! Au fil de notre ressource « la stratégie marketing digital », je vous réexposerai progressivement à ces termes. Vous verrez qu’une fois replacés dans leur contexte ils prendront tout leur sens, et seront beaucoup plus faciles à retenir.

| **Sigle** | **Nom complet** | **Signification** |
| --- | --- | --- |
| **SEM (SEO + SEA)** | Search engine marketing (Search engine optimisation + Search engine advertising) | Marketing sur les moteurs de recherche (référencement + publicité sur les moteurs de recherche) |
| **SMM** | Social media marketing | Marketing sur les réseaux sociaux |
| **CPM** | Coût pour mille | Coût pour mille impressions/affichages d’une publicité |
| **PPC ou CPC** | Pay-per-click / Coût par clic | Coût pour chaque clic depuis une publicité vers le site de l’annonceur |
|  |  |  |
| **CPA** | Cost per acquisition | Coût d’acquisition d’un prospect |
| **CRM** | Customer relationship management | Gestion de la relation client |
| **KPI** | Key performance indicators | Indicateurs clés de performance |