



**Comprendre l'importance des outils digitaux et
l'influence qu'ils ont dans la manière de
produire du contenu**

Février
2024



L'outil de base indispensable

1

Site Internet

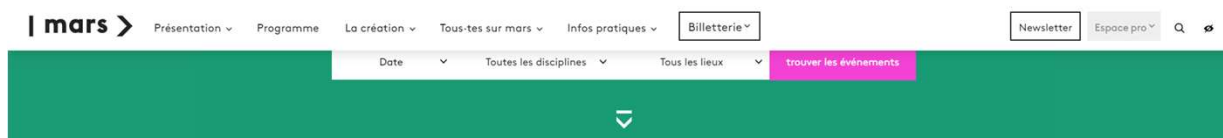
Outils :



odoo

Utilité :

Il s'agit de votre vitrine en ligne.
Elle doit être à votre image tout en étant efficace
et utile pour atteindre vos objectifs.



les spectacles à venir

La Semaine
du violoncelle

Une semaine pour s'immerger dans les
charmes du violoncelle Saviez-vous que le



Search
Engine
Optimisation

Utilisation de la data

2

Newsletter

Outils :



Utilité :

Informier et maintenir en éveil vos clients ou vos prospects sur les activités de votre structure

Infos pratiques ▾

Billetterie ▾

Newsletter

Espace pro ▾



De : Mars - Mons arts de la scène <public@surmars.be>

Date: mer. 1 nov. 2023, 10:00

Subject: En novembre sur Mars...

To: <@gmail.com>

Utilisation de la data

2

Newsletter

Outils :



Utilité :

Informer et maintenir en éveil vos clients ou vos prospects sur les activités de votre structure

1

Les « First Party » Datas

2

Les « Second Party » Datas

3

Les « Third Party » Datas

Gestionnaire de communauté

3

Réseaux Sociaux

Outils :      

Utilité :

Développer des communautés autour de votre secteur.
Echanger avec eux pour faire évoluer votre communication ou vos produits/services.

 Mars - Mons arts de la scène
15 h · 🌐

Une ouverture de la Semaine du violoncelle en beauté avec le trio : [Roshko Brothers](#) et [Voytek Proniewicz - Violinist](#) 🥰🎻... Voir plus



 Mars - Mons arts de la scène
4 j · 🌐

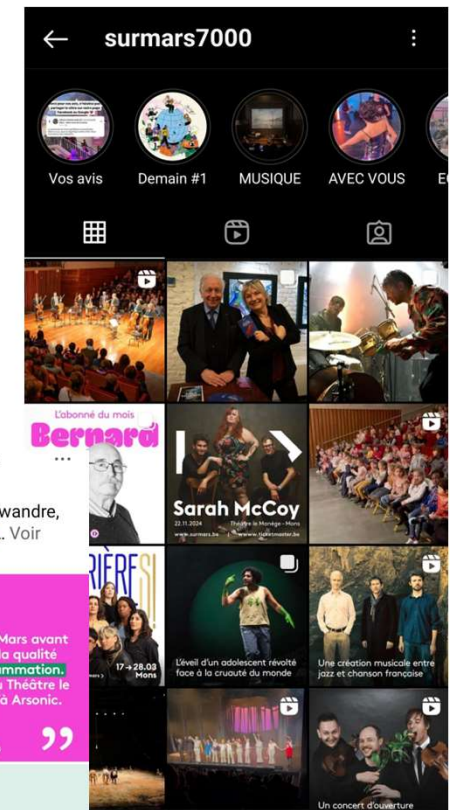
Partez à la rencontre de Bernard Dewandre, notre abonné star de février ! 🎵🥰... Voir plus

L'abonné du mois
Bernard

Je viens sur Mars avant tout pour la qualité de la **programmation**. Aussi bien au Théâtre le Manège qu'à Arsonic.

Envie de multiplier les moments de qualité ?

Abonnez-vous !
Payez votre billet 10€ au lieu de 18€!



Atteindre un nouveau public via Les Réseaux Sociaux

4

Publicité

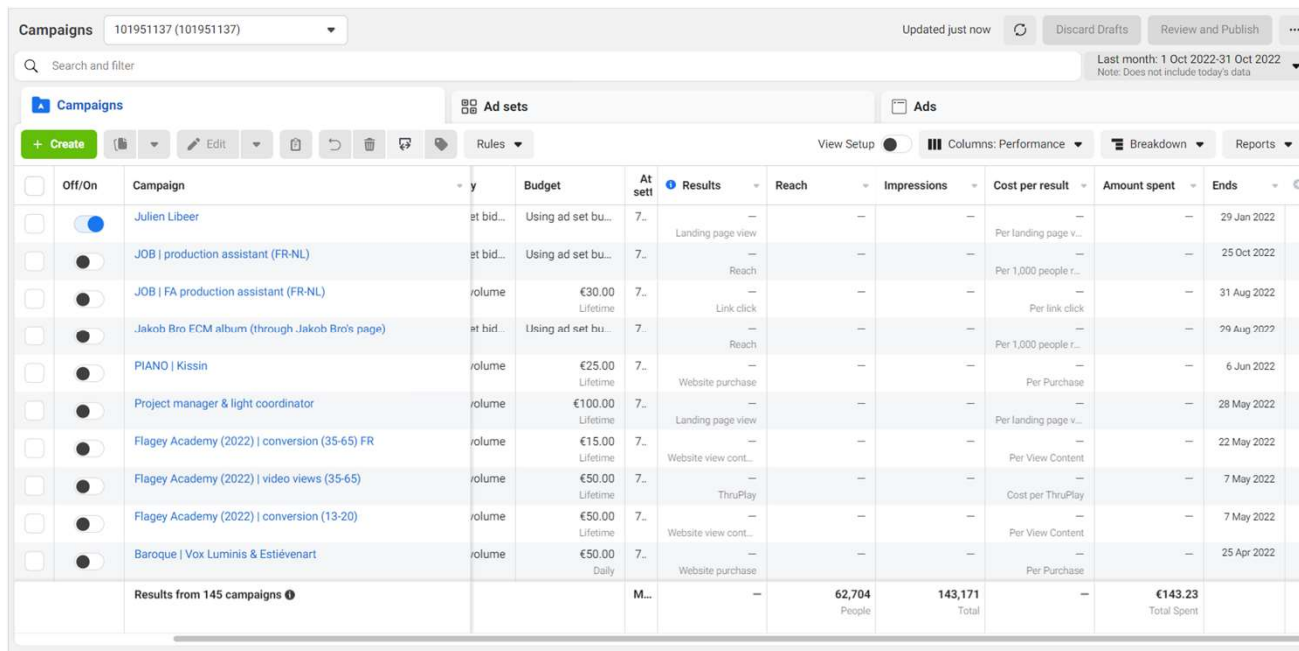
Outils :  TikTok for Business
 Meta for Business

 Business Manager

Utilité :

Centralisation de vos campagnes publicitaires à un seul endroit.

Chaque application sociale à son outil.



Off/On	Campaign	Budget	At set	Results	Reach	Impressions	Cost per result	Amount spent	Ends
<input checked="" type="checkbox"/>	Julien Libeer	et bid...	Using ad set bu...	7..	—	—	—	—	29 Jan 2022
<input type="checkbox"/>	JOB production assistant (FR-NL)	et bid...	Using ad set bu...	7..	—	—	Per landing page v...	—	25 Oct 2022
<input type="checkbox"/>	JOB FA production assistant (FR-NL)	volume	€30.00 Lifetime	7..	—	—	Per 1,000 people r...	—	31 Aug 2022
<input type="checkbox"/>	Jakob Bro ECM album (through Jakob Bro's page)	et hid...	Using ad set bu...	7..	—	—	Per link click	—	29 Aug 2022
<input type="checkbox"/>	PIANO Kissin	volume	€25.00 Lifetime	7..	—	—	Per 1,000 people r...	—	6 Jun 2022
<input type="checkbox"/>	Project manager & light coordinator	volume	€100.00 Lifetime	7..	—	—	Per Purchase	—	28 May 2022
<input type="checkbox"/>	Flagey Academy (2022) conversion (35-65) FR	volume	€15.00 Lifetime	7..	—	—	Per landing page v...	—	22 May 2022
<input type="checkbox"/>	Flagey Academy (2022) video views (35-65)	volume	€50.00 Lifetime	7..	—	—	Per View Content	—	7 May 2022
<input type="checkbox"/>	Flagey Academy (2022) conversion (13-20)	volume	€50.00 Lifetime	7..	—	—	Cost per ThruPlay	—	7 May 2022
<input type="checkbox"/>	Baroque Vox Luminis & Estiévenart	volume	€50.00 Daily	7..	—	—	Per View Content	—	25 Apr 2022
Results from 145 campaigns				M...	—	62,704 People	143,171 Total	—	€143.23 Total Spent

Toucher un nouveau public via les Moteurs de Recherches

4

Publicité

Outils :



Utilité :

Augmenter votre présence lorsque les utilisateurs montrent une réelle intention de se renseigner ou de convertir.

A screenshot of a Google search results page for the query "Voiture d'occasion". The search bar at the top shows the query and the Google logo. Below the search bar are tabs for "Images", "Shopping", "Places", "Places sites", "Videos", "Job sites", "News", "Books", and "Finance". The search results show "About 139.000.000 results (0,36 seconds)". The first result is a sponsored ad from Autohero, titled "Véhicules d'Occasion", with a description: "Choix Autos d'Occasion — Autohero, la boutique en ligne de voitures d'occasion avec +1000 voitures disponibles. Découvrez toutes nos voitures d'occasion en ligne avec une garantie d'un an incluse. Reprise possible · Voitures Autohero® · Grand Choix De Marques · Financement Autohero". The second result is a sponsored ad from Cardoen, titled "Online et dans nos succursales - Cardoen, supermarché de l'auto", with a description: "Une voiture d'occasion au prix le plus bas, c'est chez Cardoen. Découvrez ici notre stock." The third result is a sponsored ad from gocar.be, titled "60.000+ voitures disponibles", with a description: "Trouvez le meilleur prix ici — Cherchez facilement selon vos options désirées en Belgique ! Cherchez facilement des...".

Attirer un nouveau public via l'Online Advertising

4

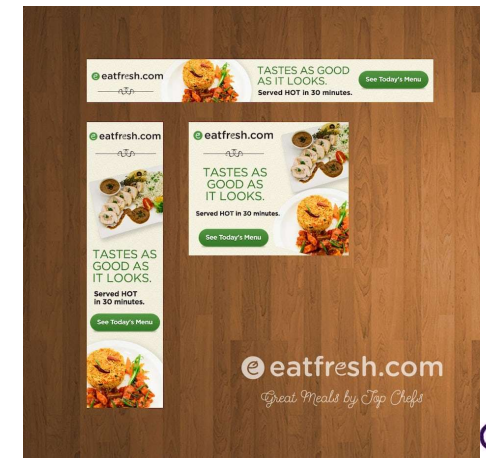
Publicité

Outils :



Utilité :

Diffuser votre communication sur une grande variété de sites internet en fonction de critères établis en amont.



Connaitre ses visiteurs

5

Tracking & Suivi

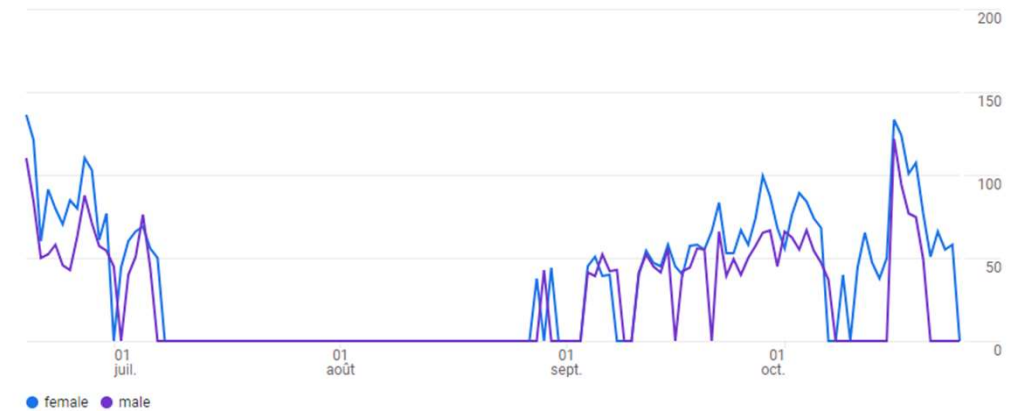
Sexe	Utilisateurs	Nouveaux utilisateurs	Sessions avec engagement	Taux d'engagement	Sessions avec engagement par utilisateur	Durée d'engagement moyenne	Nombre d'événements	Conversions
	↓						Tous les événements	Tous les événements
	42 105 100 % du total	41 840 100 % du total	35 456 100 % du total	56,74 % Égal à la moyenne	0,84 Égal à la moyenne	1 min 17 s Égal à la moyenne	390 659 100 % du total	0,0
1 unknown	34 158	33 991	28 015	55,71 %	0,82	1 min 16 s	314 935	0,0
2 female	4 474	4 307	3 878	55,85 %	0,87	1 min 26 s	42 518	0,0
3 male	3 705	3 542	2 930	54,34 %	0,79	1 min 12 s	33 206	0,0

Outils :  

Utilité :

Analyser l'utilisation du site Internet pour offrir une expérience utilisateur (UX) optimale et améliorer la performance de vos activités marketing.

Utilisateurs par Sexe au fil du temps



Connaitre ses visiteurs

5

Tracking & Suivi

Outils : Urchin Tracking Module

Utilité :

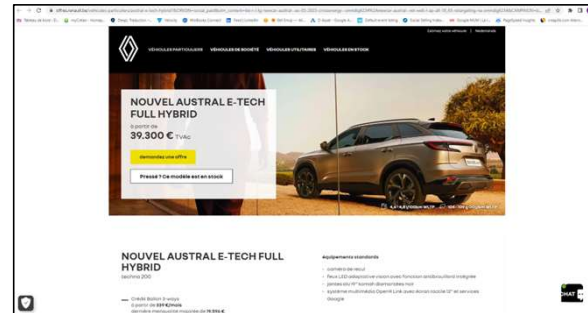
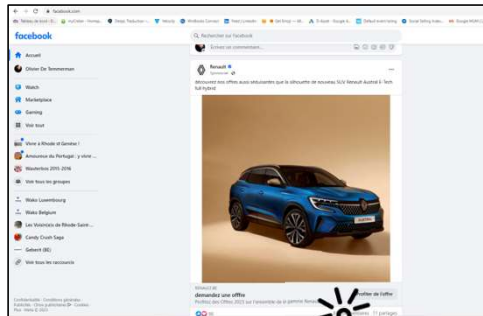
Analyser le trafic vers votre site Internet pour optimiser vos choix de communication et connaître les sources de visite et la qualité de ces dernières.

The screenshot shows the 'Campaign URL Builder' tool in Google Analytics. The interface is split into a dark sidebar on the left and a main content area on the right. The sidebar contains navigation links for 'Home', 'Demos & Tools', and 'Resources'. Under 'Demos & Tools', there are links for 'UA', 'GA4', 'Campaign URL Builder', 'Event Builder', 'Dimensions & Metrics Explorer', 'Query Explorer', and 'Enhanced Ecommerce'. Under 'Resources', there are links for 'About this Site' and 'Help & feedback'. The main content area has a header with 'Google Analytics | Demos & Tools' and 'Campaign URL Builder'. Below the header, there are tabs for 'WEB' and 'PLAY'. The main content area contains a description of the tool, a form to enter website URL and campaign information, and a section to share the generated campaign URL. The form fields are: 'website URL' (https://twocents.be/), 'campaign ID', 'campaign source' (rtbf.be), 'campaign medium' (banner), 'campaign name' (Awareness_2023), 'campaign term', and 'campaign content'. The generated URL is: https://twocents.be/?utm_source=rtbf.be&utm_medium=banner&utm_campaign=Awareness_2023.

Connaitre ses visiteurs

5

Tracking & Suivi



5 paramètres :

- ❖ **Medium**= type d'achat
- ❖ **Source**= plateforme
- ❖ **Campagne** = nom de la campagne
- ❖ **Content** = nom de la publicité
- ❖ **Term** = termes de recherches

Outils : Urchin Tracking Module

Utilité :

Analyser le trafic vers votre site Internet pour optimiser vos choix de communication.




https://offres.renault.be/vehicules-particuliers/austral-e-tech-hybrid?&ORIGIN=social_paid&utm_content=be-r-l-lg-newcar-austral--ao-03-2023-crossenergy--omndig6234%2Anewcar-austral--ret-web-l-ap-all-18_65-retargeting-na-omndig6234&&utm_medium=social_paid&utm_source=fb&utm_campaign=be-r-l-lg-newcar-austral--ao-03-2023-crossenergy--omndig6234&fbclid=IwAROPmYLQgF-Lq60S4ZQR8Fbu4qwlNwVUBJDCJP5LmzTPEnNtirTLIJG8zHc&dclid=CjkKEQjwwb6lBhDkxt-T1rXyms4BEiQA93mjpvXg9z_NcyA0o8LtuyK-CcCPsLR_HW-W1CxGpEgAtHw_wcB

Connaitre ses visiteurs

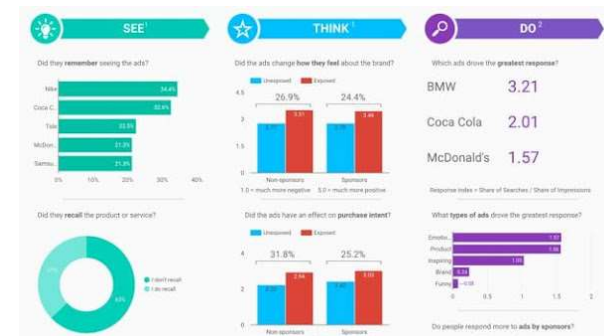
5

Tracking & Suivi



Outils :  Looker Studio  datorama 

Utilité :
Centraliser les résultats de vos campagnes dans des dashboards qui sont mis à jour en temps réel.



S'adapter aux habitudes des consommateurs

6

Canaux Vidéos

Outils :  

Utilité :

Proposer du contenu différent, souvent plus long, dont les sujets exposés sont en lien avec votre industrie.



Mars - Mons arts de la scène

@mars-monsartsdelascene5676 · 625 abonnés · 273 vidéos

Il y a de la vie sur Mars. Explorez la ! >

surmars.be et 2 autres liens

S'abonner

Accueil Vidéos Shorts En direct **Playlists** Communauté

Playlists créées

Trier par



Saison 23-24 : famille

Afficher la playlist complète



Saison 23-24 : théâtre

Afficher la playlist complète



Saison 23-24 : musiques

Afficher la playlist complète



Avec vous

Afficher la playlist complète



Festival au carré

Afficher la playlist complète



Festival des musiques sacrées

Afficher la playlist complète



Interviews des spectateur·rices



Mars confiné



Concerts de Musiques Nouvelles



La Semaine de la voix



Semaine du violoncelle



Festival Demain

Optimiser sa fiche d'entreprise

7

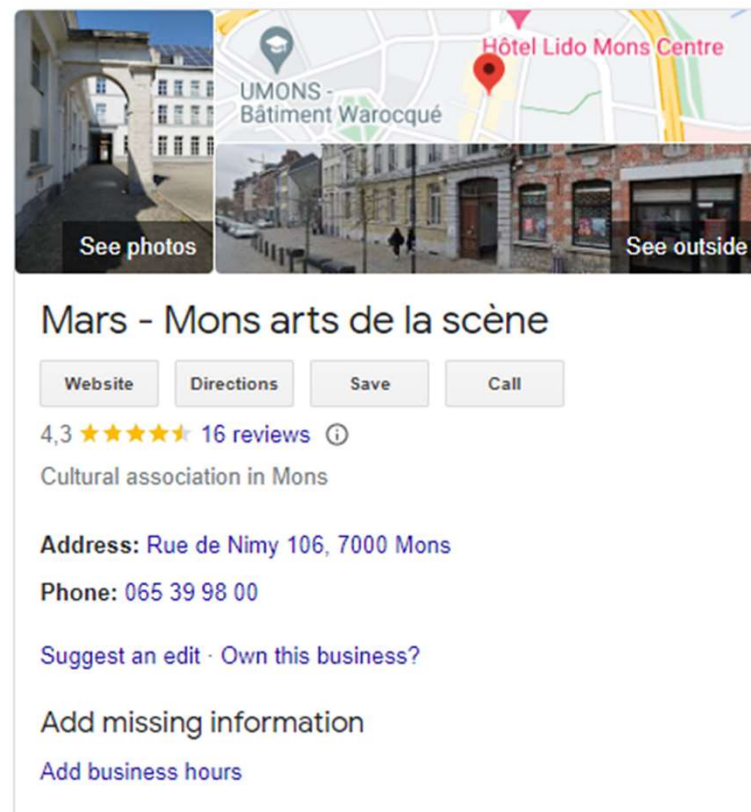
Google
Business Profile

Outils :



Utilité :

Offrir rapidement les informations de base de votre structure aux internautes.



The screenshot shows a Google Business Profile for 'Mars - Mons arts de la scène'. At the top, there are three images: a street view of an archway, a map showing the location near 'UMONS - Bâtiment Warocqué' and 'Hôtel Lido Mons Centre', and a street view of a building. Below the images are buttons for 'See photos' and 'See outside'. The business name is 'Mars - Mons arts de la scène'. Below the name are buttons for 'Website', 'Directions', 'Save', and 'Call'. The profile has a 4.3-star rating from 16 reviews. The business is identified as a 'Cultural association in Mons'. The address is 'Rue de Nimy 106, 7000 Mons' and the phone number is '065 39 98 00'. At the bottom, there are links for 'Suggest an edit · Own this business?', 'Add missing information', and 'Add business hours'.

La communication digitale dépend de multiples piliers

1

Site Internet

2

Newsletter

3

Réseaux Sociaux

4

Publicité

5

Tracking & Suivi

6

Canaux Vidéos

7

Google
Business Profile

8

Applications

Création d'un univers technologique sans précédent



Le digital en quelques chiffres

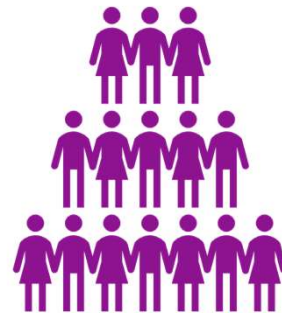
Utilisation du digital au niveau mondial



5,35
Milliards
d'utilisateurs



6h40
Par jour



66%
de la population
mondiale



96,5%
via les
Smartphones

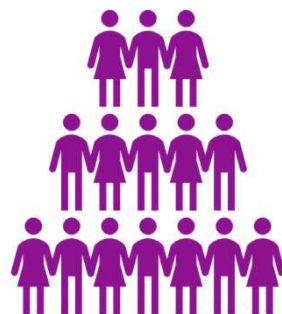
Utilisation du digital au niveau belge



11
Millions
d'utilisateurs



5h27
Par jour



95%
de la population
nationale



93,7%
via les
Smartphones

Une nouvelle réglementation européenne

25 mai 2018 :



**Règlement Général sur
la Protection des
Données**

25 août 2023 :



Digital Services Act

Le Digital Services Act

25 août 2023 :



Digital Services Act

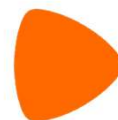
OBJECTIFS

Ensemble de règles pour encadrer les grands acteurs du numérique (Minimum **45M** d'utilisateurs) et protéger le citoyen sur :



Booking.com

amazon



Le Digital Services Act

25 août 2023 :



Digital Services Act

OBLIGATIONS

- Avoir un représentant légal dans chaque pays européen donc y compris Malte et le Luxembourg
 - Publier des conditions d'accès lisible et intelligible
 - Obligation de mettre à disposition un système de signalement
 - Obligation de répondre à ces signalements
- Obligation d'éliminer du contenu illégal ou contraire au règlement des plateformes
 - Obligation d'indiquer pourquoi le contenu a été retiré

Le Digital Services Act

25 août 2023 :



Digital Services Act

OBLIGATIONS

- Possibilité pour cette personne de pouvoir introduire un recours
 - Obligation d'analyser les risques de la plateforme
 - Obligation de faire des audits annuels sur les risques
- Obligation de référencer du contenu scientifiquement relevant en matière de santé publique
 - Accorder un accès aux algorithmes aux chercheurs et aux scientifiques
- Protéger les mineurs de tout contenu qui pourrait leur être préjudiciable + Interdiction de la publicité ciblée
 - Obligation en termes de transparence

Ad Library



Le catalogue des publicités en ligne

On retrouve sur Ad Library

Les publicités actuellement en ligne :

- ❖ Le type de catégorie
- ❖ Les plateformes
- ❖ Les versions
- ❖ Le targeting
- ❖ Le budget

Permet de visualiser les publications qui ne sont pas affichées sur la page : dark post

The screenshot displays the Meta Ad Library interface. At the top, the Meta logo and 'Bibliothèque publicitaire' are visible. The search bar shows 'Belgique' as the location, 'Toutes les pubs' as the filter, and 'Renault' as the search term. Below the search bar, a section titled 'Lancée en août 2022' shows two active ads. Each ad card includes a status indicator (Actif), start date (Début de diffusion le 10 août 2022), platforms (Facebook and Instagram), and a unique ID. A 'Voir les détails de la publicité' button is present for each. The ads are sponsored by Renault and feature a Renault logo. The first ad has the headline 'Beleef als 1 van de 6 gelukkigen dit unieke duel tussen nieuwe Renault Megane E-tech 100% electric en een sterrenchef' and shows a Renault Megane E-tech 100% electric car and a chef. The second ad has the headline 'soyez parmi les chanceux à assister au duel unique entre nouvelle Renault Megane E-tech 100% electric et un chef étoilé' and shows the same car and chef. Both ads include a 'Learn More' button and a 'je participe' link.

Ad Library – Political Ads



Données sur la publicité

Inactive
23 déc 2021 - 26 déc 2021
ID : 432551188356236

Taille de l'audience estimée

La taille estimée de l'audience permet généralement d'estimer combien de personnes répondent aux critères de ciblage et de placement publicitaire que les annonceurs sélectionnent lors de la création d'une publicité... [Voir plus](#)

Taille de l'audience estimée

>1 M personnes

Montant dépensé

L'estimation du montant total dépensé sur une publicité sur son calendrier. [En savoir plus](#)

Montant dépensé

<100 € (EUR)

Impressions

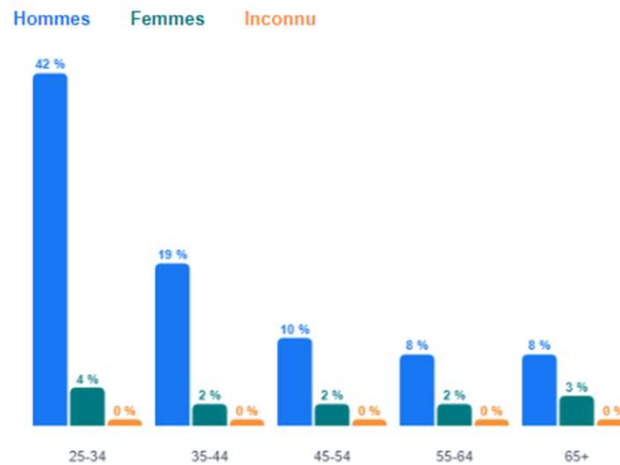
Le nombre de fois où une publicité a été vue à l'écran. Cela peut inclure plusieurs vues par les mêmes personnes. [En savoir plus](#)

Impressions

25 K - 30 K

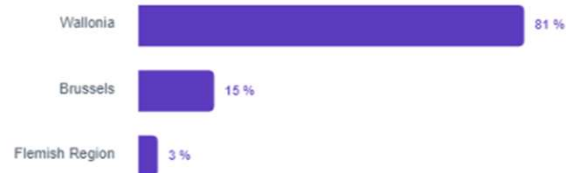
À qui cette publicité a été montrée

La répartition par âge et par genre des personnes qui ont vu cette publicité.



Où cette publicité a été montrée

Les régions où se trouvent les personnes qui ont vu cette publicité.



À propos du profil



MR - Mouvement Réformateur

@MRbe
39,264 abonnés · Parti politique

@mrbe
7,393 abonnés

Total dépensé par Page sur des publicités portant sur un enjeu social, électoral ou politique.

15 avr 2019 - 12 août 2022
Belgique

57 665 €

[Voir les détails des dépenses](#)

Récemment dépensé par Page sur des publicités portant sur un enjeu social, électoral ou politique.

7 jours · 6 août - 12 août 2022
Belgique

512 €

[Voir les détails des dépenses](#)

TikTok Top Ads = Ad Library

Explore **Top Ads** on TikTok

See high-performing auction ads on TikTok. Let successful cases inspire your creativity. ⓘ

Search by brand or product keywords

Search

Trendy searches shop now 50% off #tiktokmademebuyit free shipping tiktokmac ↻

Belgium ×



Industry



Objective



Last 30 days



Ad Language



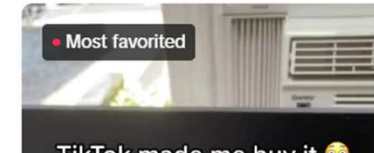
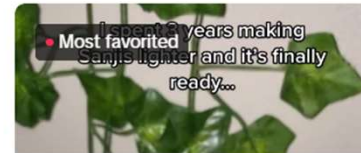
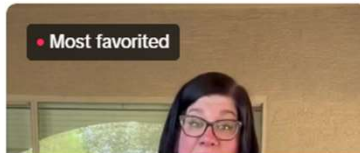
Ad Format



Likes



Sort by: **For You** ⓘ Reach ⓘ CTR ⓘ Others ▾



LinkedIn Médiathèque de publicité = Ad Library

LinkedIn Bibliothèque de publicités

Médiathèque de publicités

La bibliothèque de publicités de LinkedIn offre une transparence en matière de publicité en fournissant une collection de publicités dans laquelle vous pouvez effectuer vos recherches.



 Rechercher par entreprise ou nom d'ann...


 Rechercher par mot-clé

Pays ▼

Date ▼



Recherche

Pinterest Ad Library

 Business ▾ Créer ▾ Analytics ▾ Annonces ▾ Vous consultez actuellement : D-Asset ▾



Exemples d'annonces

Date de début: 06/09/2023  Date de fin: 11/09/2023  Catégorie d'annonce: Toutes les catégories ▾ Pays: France ▾

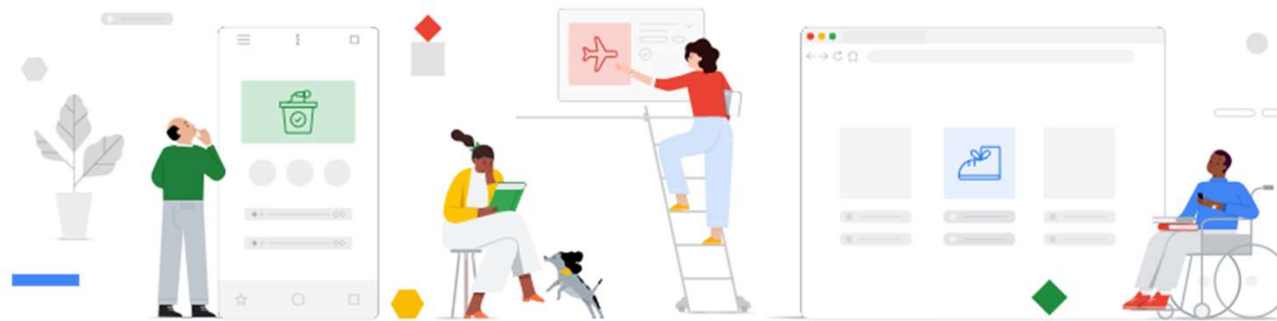
Identité de genre: Toutes les identités de genre ▾ Âge: Tous les âges ▾ Nom de l'annonceur: Recherche par annonceur ▾ **Recherche**



2022 NEW Spring Skirts to Try



Google Centre de Transparence publicitaire = Ad Library



Transparence publicitaire pour
un Internet sécurisé et ouvert

Trouvez des annonces actives publiées via Google

Date indifférente Emplacement de diffusion : Belgique Tous les formats

Apple Ad Repository = Ad Library

Ad Repository

Search and view Apple-delivered ads on the App Store in select European countries and regions.

🔍 Developer or App

Country or Region
Belgium

Date Range
Last 90 Days

Showing 16-30 of 17914 ads found



2248 Number Puzzle G...

2248 Merge Number Game

Ad ☆☆☆☆ 115k

GET



24baby.nl - Zwanger & ...

#1 zwangerschap app

Ad ☆☆☆☆ 115k

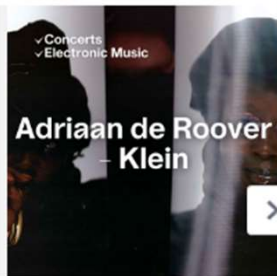
GET

Développer sa stratégie Digitale

Des contenus adaptés à la stratégie

Bozar
Sponsored

Experience the future of music this spring where pioneering artists like Ryoji Ikeda and Jlin will electrify your senses.



Meet pioneering artists in electronic music.

With a new spring comes a new sound.

BOZAR.BE

Learn More

BOZAR.BE
21 Feb.'24 -
20:00

Learn More

Sponsored

Bozar
<https://www.bozar.be>

Concerts 2024 - Concerts in Brussels

Concerts 2024 - BOZAR. The **concerts** to come, discover our program.

[Concerts](#) · [Concerten](#) · [Films](#) · [Film](#) · [Rencontres & Débats](#) · [Tentoonstellingen](#)



Bozar
Sponsored
Library ID: 397025996072460

Don't miss Florian Noack, the headline during the not-to-be-missed Prokofiev Festival! 🎹

Witness his mesmerizing piano mastery, bringing the evocative Sonata No. 6 to life against the backdrop of World War II. An essential night of musical transcendence.



SÉLECTION La Libre

"Ferrari", Paul Mescal et Dior : les trois coups de cœur de nos critiques

FILMS

Jouets et BD chez BD
Enchères et 68-Art
Auction



ARTS & EXPOS

Entre Asie et art contemporain chez Soudant



☆☆☆☆
"Proies faciles, Vautours" de Miguelanxo Prado : Le suicide d'une ado au centre d'une enquête qui dérange

LIVRES & BD

Legia a sorti quelques pépites



ARTS & EXPOS

"Oppenheimer" triomphe avec 7 prix dont celui du meilleur film. Emma Stone



Publicité

8>16 MARS 2024

IMAGIX MONS
PLAZA ARTHOUSE CINEMA
THÉÂTRE ROYAL DE MONS







INFORMATIONS ET TICKETS SUR MONS.FEST

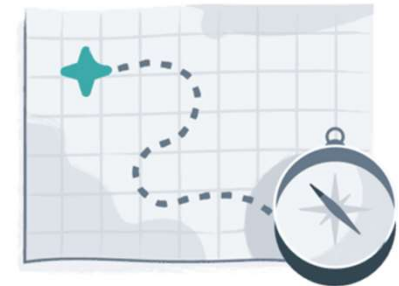
Les objectifs de campagnes...

Les objectifs

Nous disposons de plusieurs possibilités pour atteindre nos objectifs* de campagnes

Choose a campaign objective

-  Sales
-  Leads
-  Engagement
-  App promotion
-  Traffic
-  Awareness



Your campaign objective is the business goal you hope to achieve by running your ads. Hover over each one for more information.

Les objectifs

1



Awareness

Nous utiliserons prioritairement les types de formats suivants :

Image



Vidéo



Instant
Expérience



Les objectifs

2



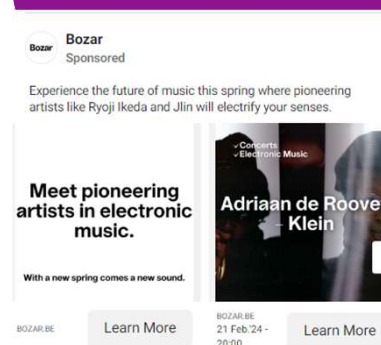
Trafic

Nous utiliserons prioritairement les types de formats suivants :

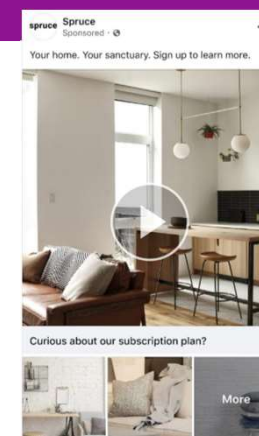
Image Link



Carousel



Collection Ads



Les objectifs

3



Engagement

Nous utiliserons prioritairement les types de formats suivants :

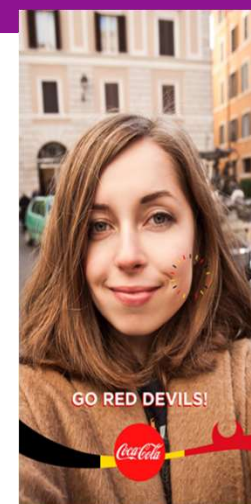
Image



Vidéo



Lense/Filter



Les objectifs

4



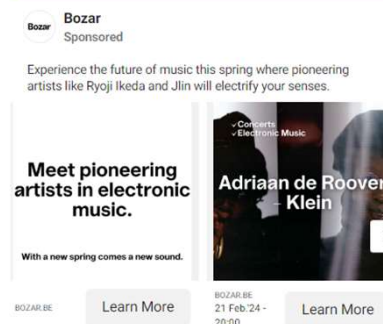
Leads

Nous utiliserons prioritairement les types de formats suivants :

Image Link



Carousel



Instant Forms



Les objectifs

5



**App
Promotion**

Nous utiliserons prioritairement les types de formats suivants :



Les objectifs

6



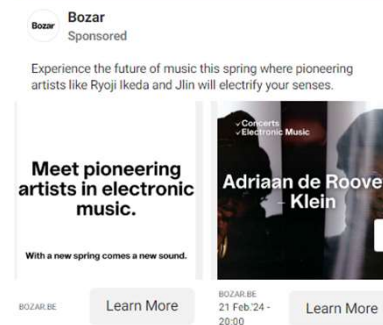
Sales

Nous utiliserons prioritairement les types de formats suivants :

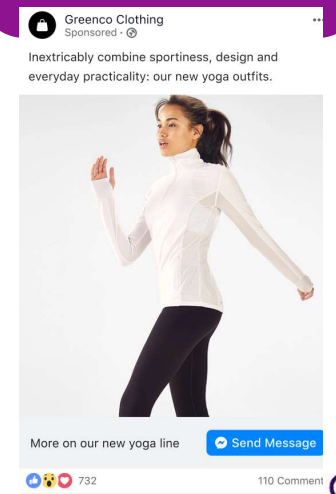
Image Link



Carousel



Messenger/
What's App



**...qui sont intégrés
dans des phases
stratégiques**

Atteindre le plus de monde

Awareness

KPIs :

Reach

Frequency (OTS)

Impressions

Videos Views / Thruplay

La phase d'Awareness (ou de Notoriété) est la première étape du parcours du consommateur.

Nous avons pour objectif d'augmenter la reconnaissance de la marque et/ou du produit.

Les pousser à s'informer ou à interagir

Awareness

Consideration

KPIs :

Engagement

CPE & Engagement Rate

**Clicks/Link Clicks /
Landing Page Views**

CPC & CTR

Dans cette deuxième phase du parcours du consommateur, nous voulons créer un premier engagement vis-à-vis de la marque et/ou du produit.

Ça comprend les commentaires sur un post, le nombre de vue d'une vidéo à 100% ou le trafic sur le site.

Les faire passer à l'action

Awareness

Consideration

Conversion

KPIs :

Conversion

CPA & Conversion Rate

A ce niveau du parcours, nous voulons que notre utilisateur prenne une action sur le site. Qu'il devienne un prospect ou un client.

Les conversions peuvent être de tous types. Avec des valeurs plus ou moins importantes.

Les relancer

Awareness

Consideration

Conversion

Loyalty

KPIs :

Engagement

CPE & Engagement Rate

Clicks/Link Clicks /
Landing Page Views

CPC & CTR

Dans cette quatrième et dernière phase du parcours, nous voulons que notre client soit réengagé avec la marque.

On souhaite augmenter le lien entre lui et notre produit et/ou la marque.

Récapitulons !

Phases

Objectifs

Supports

AWARENESS



Reach

CONSIDERATION



Traffic

Engagement

CONVERSION



Sales

Leads

App

LOYALTY



Traffic

Engagement

Site Internet

Newsletter

Réseaux Sociaux

Publicité

Tracking & Suivi

Canaux Vidéos

Google business
Profile

Applications

**A vous
de jouer !**



Exercice : analyse de la communication digitale

1 Chaque groupe va choisir un des 5 musées de cette année

2 Lister les moyens de communication digitaux pour le musée sélectionné

3 Lier-les à une phase & un objectif

4 Analyser la communication.
Qu'est-ce qui est cohérent ou
qu'est-ce qui doit être améliorer ou à développer ?

5

Présentation de votre
analyse à l'ensemble de la
classe

Temps de préparation : 20 min

Temps de présentation : 10 min max



D-Asset

YOUR DIGITAL MARKETING PARTNER