

Glossaire du Webmarketing 2026

Référence terminologique webmarketing · Durée : référence

Toutes les définitions clés pour comprendre et parler le digital avec assurance.

RÉSEAUX SOCIAUX

| | |
|--------------------------|---|
| Algorithme | Système qui décide quels contenus sont montrés aux utilisateurs. |
| Reach / Portée | Nombre de personnes uniques ayant vu votre contenu. |
| Engagement | Interactions (likes, commentaires, partages, sauvegardes). |
| Taux d'engagement | $(\text{Interactions} / \text{Abonnés}) \times 100$. Bon taux varie selon plateforme : IG 1-3%, LinkedIn 2-5%, TikTok 5-10%. |
| Story | Contenu éphémère visible 24h, format vertical 9:16. |
| Reel | Vidéo courte verticale jusqu'à 90 secondes, fort algorithme. |
| Impression | Nombre de fois où un contenu est affiché (\neq personnes uniques). |
| CTR | Click Through Rate — taux de clic sur un lien. |

CRÉATION DE CONTENU

| | |
|---------------------|---|
| Hook | Accroche des 3 premières secondes d'une vidéo ou d'un texte. |
| CTA | Call To Action — incitation à agir (cliquer, commenter...). |
| UGC | User Generated Content — contenu créé par vos clients. |
| Copywriting | Art de rédiger des textes persuasifs à des fins commerciales. |
| Storytelling | Narration d'une histoire de marque pour créer de l'émotion. |
| Carrousel | Publication multi-images à faire glisser (Instagram, LinkedIn). |
| Thumbnail | Vignette/miniature cliquable (YouTube, vidéos). |

SEO, GEO & RÉFÉRENCIEMENT

| | |
|-------------------------|--|
| SEO | Search Engine Optimization — optimisation pour les moteurs de recherche. |
| SEO local | Référencement pour des recherches géolocalisées (Google Business, Maps). |
| GEO | Generative Engine Optimization — optimisation pour être cité par les IA génératives (ChatGPT, Claude, Perplexity, Google AI Overviews). Nouveau pilier 2026. |
| Mot-clé | Terme recherché sur Google que vous ciblez dans vos contenus. |
| Backlink | Lien externe pointant vers votre site (améliore votre autorité). |
| SERP | Search Engine Results Page — page de résultats de Google. |
| Meta title | Titre affiché dans les résultats Google (max 60 caractères). |
| Meta description | Résumé affiché sous le titre dans Google (max 155 caractères). |
| E-E-A-T | Experience, Expertise, Authoritativeness, Trust — critères Google 2024+. |

PUBLICITÉ & PERFORMANCE

| | |
|-----------------|--|
| CPM | Coût Pour Mille impressions — prix pour 1 000 affichages. |
| CPC | Coût Par Clic — prix payé à chaque clic sur votre pub. |
| ROAS | Return On Ad Spend — retour sur investissement publicitaire. |
| Pixel | Code de suivi Meta/Google pour tracer les visiteurs (nécessite consentement RGPD). |
| Funnel | Entonnoir de conversion : visiteur prospect client. |
| KPI | Key Performance Indicator — indicateur de performance clé. |
| A/B Test | Tester deux versions d'un contenu pour identifier la plus efficace. |

EMAIL & SITE WEB

| | |
|-------------------------|--|
| Taux d'ouverture | % des emails ouverts par rapport aux envois. |
| Taux de clic | % des destinataires ayant cliqué dans l'email. |
| Landing page | Page de destination dédiée à une offre ou un formulaire. |



Glossaire du Webmarketing 2026

Référence terminologique webmarketing · Durée : référence

| | |
|------------------------|--|
| Bounce rate | Taux de rebond – % de visiteurs quittant le site sans action. |
| Responsive | Site adapté à tous les écrans (mobile, tablette, desktop). |
| SSL / HTTPS | Certificat de sécurité indispensable (cadenas dans l'URL). |
| CMS | Content Management System – outil de gestion de site (WordPress...). |
| Core Web Vitals | Indicateurs Google de performance (LCP, INP, CLS) – critères SEO. |

RGPD & ACCESSIBILITÉ

| | |
|-----------------------------|---|
| RGPD | Règlement Général sur la Protection des Données (UE, 2018). |
| Consentement éclairé | Autorisation explicite de l'utilisateur avant traçage/traitement (cookies, pixels). |
| DPO | Data Protection Officer – délégué à la protection des données. |
| RGAA | Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité (version 4.1 en vigueur). |
| WCAG | Web Content Accessibility Guidelines – standard international (WCAG 2.2). |
| Alt text | Texte alternatif d'une image, lu par les synthèses vocales (accessibilité + SEO). |