

Sommaire

1. Introduction au marketing digital et e-commerce

- Définitions clés : e-commerce, e-business, marketing digital
- Enjeux et stratégies de l'entreprise face à la révolution numérique

2. Politique produit en ligne

- Spécificités du « mix produit » sur Internet : adaptation, personnalisation et positionnement
- Impacts du digital sur les offres et services

3. Stratégie prix sur Internet

- Défis du pricing en ligne et nouveaux modèles (prix dynamiques, transparence)
- Approches innovantes pour tarifs et promotions

4. Politique de distribution numérique

- Modification des circuits traditionnels et stratégies multicanal/omnicanal
- Essor du m-commerce, e-merchandising et e-logistique

5. Communication digitale

- Spécificités et formats de la publicité sur Internet
- Outils et canaux (SEO, SEA, display, réseaux sociaux...)

6. Études marketing en ligne et CRM

- Méthodes d'étude de marché en ligne (sondages, analytics...)
- Gestion de la relation client digitale et fidélisation

7. Moyens de paiement et modèles gratuits

- Panorama des solutions de paiement en ligne
- Logiques de gratuité sur Internet

8. Annexes

- Bibliographie
- Index