



République Algérienne Démocratique Et Populaire

Ministère De L'enseignement supérieur Et de

La recherche Scientifique

Centre universitaire Belhadj Bouchaib

Ain Témouchent

Institut des Sciences Economiques, de Gestion et des Sciences Commerciales

Mémoire pour l'obtention du Master

Département des sciences économiques

Option : Administration Et Economie D'entreprise



Le webmarketing au sein des entreprises algériennes

Présenté par :

HABCHI Fadia

Encadré par :

Mme LACHABI Fatima El Zohra

Membres du jury :

0..0

Mr. BAGHLI Sidahmed

Mme LACHABI Fatima Zahra

Mr. NAIT Brahim

Professeur - Université d'Ain Témouchent Président

Professeur - Université d'Ain Témouchent Encadreur

Professeur - Université d'Ain Témouchent Examineur

Année universitaire: 2015-2016

Résumé :

Le webmarketing est l'ensemble des techniques marketings et publicitaires utilisées dans un environnement Internet.

Le présent mémoire a pour objectif principal de recherche de savoir si la démarche du webmarketing est utilisée au sein des entreprises algériennes, et quels leviers de cette démarche sont appliqués par celles-ci. Dans ce contexte, après une revue de littérature, notre étude empirique a été basée sur une étude de cas du site e-commerce Jumia Algérie, et aussi un questionnaire envoyé à un échantillon de 8 agences web. Et en plus de tous ça on a fait un stage au sein d'une agence de conseils et de communication située à Tlemcen, qui conçoit des sites web pour les entreprises algériennes.

Les résultats de la recherche nous montrent que les entreprises algériennes commencent à s'intéresser aux webmarketing, ils sont encore à leur début. Pour le site e-commerce Jumia Algérie, celui-ci tente d'utiliser toutes les opportunités qu'offre le webmarketing car il permet non seulement de faire la promotion des produits à moindre coûts mais aussi d'analyser les actions en rapport avec ce dernier en ligne.

Mots clés : Webmarketing, sites web, réseaux sociaux, publicité en ligne, publicité sur internet, e-commerce

ملخص:

التسويق على شبكة الإنترنت هو مجموعة التقنيات التسويقية و الاعلانية حول المنتجات في بيئة الإنترنت. الهدف الرئيسي للبحث هنا هو معرفة ما إذا كان يتم استخدام عملية التسويق على شبكة الإنترنت في الشركات الجزائرية، وما هي أدوات هذا المنهج المستعملة من قبلهم. في هذا السياق وبعد مراجعة الأدبيات، استندت دراستنا الميدانية على دراسة حالة لموقع التجارة الإلكترونية « JUMIA » الجزائر وكذلك على استبيان أرسل إلى عينة من 8 وكالات شبكة الإنترنت بالإضافة إلى كل ما قمنا به في فترة تدريب في وكالة والاتصالات و الاستشارات Naltis التي تقوم بتصميم المواقع للشركات الجزائرية و المتواجدة علي مستوى ولاية تلمسان.

أظهرت نتائج الأبحاث أن الشركات الجزائرية بدأت تخصص مكانة للتسويق على الشبكة العالمية، فهي في مراحلها الأولى، يحاول موقع jumia الجزائر لاستخدام كافة الفرص التي تتيحها شبكة الإنترنت والتسويق لأنه يسمح لترويج منتجاتها وبتكلفة أقل ولكن أيضا لتحليل الإجراءات المتعلقة بهذا الأخير.

كلمات البحث : التسويق على الشبكة العالمية، والمواقع على شبكة الإنترنت، والشبكات الاجتماعية، والإعلان على شبكة الإنترنت، والتجارة الإلكترونية