

29.11.2004 - 10:45 Uhr

Internet : Votre marque est-elle vraiment en danger ?

Genève (ots) -

Selon les dernières études d'Agence Virtuelle, www.agencevirtuelle.com, leader en conseil des marques et membre de la SCIP (Society of Competitive Intelligence Professional) et des sociétés spécialisées en référencement éthique aux USA et au Royaume-Uni, ainsi que celles des moteurs de recherche, le "danger" est relatif sur un moteur de recherche. L'importance du référencement (à gauche) prédomine largement sur les liens sponsorisés ou CPC (à droite) dans les techniques d'e-marketing. En effet, 75% des internautes cliquent d'abord sur la partie gratuite (listing de 1 à 10) plutôt que sur des annonces de liens textes (25%) ou lien sponsorisés (payants). Ces données ont été confirmées à plusieurs reprises par la société Agence Virtuelle lors de ses nombreux séminaires en référencement éthique.

N°1 sans rien faire et sans investir : un mythe ?

De plus, quand on tape une marque dans Google (Coca-Cola, Evian, Swiss), l'algorithme de Google étant très sensible, la marque sera automatiquement en position n° 1, pour autant que ce nom de domaine inclut sa marque (par exemple : Breguet, Breitling, Rolex, Cartier, Tag Heuer...).

Coca-Cola:

<http://www.google.ch/search?hl=fr&q=cocacola&btnG=Rechercher&meta=>

Evian: <http://www.google.ch/search?hl=fr&q=evian&meta=>

Swiss: <http://www.google.ch/search?hl=fr&q=swiss&meta=>

Breguet: <http://www.google.ch/search?hl=fr&q=breguet&meta=>

Breitling:

<http://www.google.ch/search?hl=fr&q=breitling&btnG=Rechercher&meta=>

Rolex: <http://www.google.ch/search?hl=fr&q=rolex&meta=>

Cartier: <http://www.google.ch/search?hl=fr&q=cartier&meta=>

Tag Heuer: <http://www.google.ch/search?hl=fr&q=tag+heuer&meta=>

Il est donc inopportun de vouloir investir des millions de dollars en promotion uniquement dans le but d'être n° 1. Le premier moteur au monde Google (sauf en Asie) avec 70% de parts de marché dans la plupart des pays européens, garantit ainsi de façon totalement aléatoire une position pour les marques. Ceci relativise grandement une approche d'achat de liens sponsorisés pour des marques qui n'auraient pas d'événements spécifiques ou des sites d'e-commerce à promouvoir.

93 langues à vérifier : quelle solution ?

Les défis du piratage ou de la contrefaçon sur Internet sont bien plus complexes que simplement un nom de marque tapé dans un moteur de recherche. En effet, il faut traduire la marque dans chaque marché local (Russie, Japon, Chine) et dans sa langue (Cyrillique, Katakana, Kanji, Mandarin). De plus, un défi majeur pour les annonceurs : ce que vous voyez physiquement depuis un lieu sur Internet pour une requête donnée, depuis la Suisse par exemple, n'est pas la réalité car les résultats sont différents d'un pays à l'autre suivant la ville de consultation. Il est donc indispensable d'effectuer de la veille multi-continentale avec un logiciel en temps réel tel que la nouvelle version de RumorBot(tm) qui, entre autres, repère et

historise les achats de mots clés dans les moteurs de recherche.

Agence Virtuelle SA, www.agencevirtuelle.com, assure le nettoyage des bases de données dans les moteurs de recherche telle qu'elle le fait déjà pour des marques horlogères avec des mesures proactives. "L'ensemble du dictionnaire a été acheté par Amazon et Ebay, et ceci pour toutes les sociétés et pas uniquement pour les marques horlogères suisses" commente Stéphane Perino, Directeur d'Agence Virtuelle, "si elles ne réagissent pas elles encourent un risque qui reste très relatif".

A propos d'Agence Virtuelle SA

Agence Virtuelle SA, <http://www.agencevirtuelle.com>, web agency full service créée à Genève en septembre 1995 est spécialiste de l'analyse, de la communication et de la visibilité des marques sur le net. Agence Virtuelle, www.agencevirtuelle.com, installée à Paris, Londres et Genève, aide les marques à générer des résultats concrets en exerçant son expertise à travers ses 7 métiers. Ses clients sont des sociétés telles que Swiss, Energizer, Colgate, OM Pharma.

Contact:

Agence Virtuelle SA
9 rue Bovy Lysberg
CH-1204 Genève
Tel. +41/22/817'37'17
Fax +41/22/817'37'18
E-Mail: virginie@agencevirtuelle.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100002403/100483073> abgerufen werden.