

08.06.2006 - 10:50 Uhr

Agence Virtuelle lance l'offre 0% de commissions sur Google pour l'e-marketing (liens sponsorisés) et offre le top au plus bas coût

Genève (ots) -

Agence Virtuelle SA garantit à ses clients la position de leader avec un prix dégressif, un prix moins cher pour être leader en position numéro 1 que les outsiders en position 2, 3 ou ultérieures

Agence Virtuelle SA, www.agencevirtuelle.com pionnier et leader de l'e-marketing pour des clients tels que Colgate Europe, ebookers, Nouvelles Frontières lance ce jeudi 8 juin 2006 son offre 0% de commissions et sans aucun retainer pour des campagnes annonceurs à l'occasion de ses 10 ans. Pour Stéphane Perino, fondateur et directeur: "Nous garantissons à nos clients un prix contre Google, contre le système d'enchères, le client est ainsi sécurisé en terme de prix, mais le nec plus ultra c'est que sa place est garantie dans les 3 premiers, pour un prix qui diminue chaque mois." Agence Virtuelle maîtrise intégralement en interne les techniques d'e-marketing ou encore appelés de liens sponsorisés ou liens commerciaux, sur Altavista le siècle passé et désormais sur Google. Nous pouvons jouer avec le système, nous le faisons déjà avec nos clients historiques (La Redoute, ebookers...) qui économisent plus de 60'000.- CHF par mois et oblige leur concurrent à sur-investir sur le médium, donc à dépenser plus.

Le système Google Ads Words est-il en danger ?

Google a copié (l'inventeur étant Overture du groupe Yahoo! ou maintenant Yahoo Search Marketing) un système qui ne respecte pas fondamentalement l'annonceur, car Google propose le système AdWords basé sur les enchères avec un niveau de qualité calculé sur différents paramètres, alors que le prix n'est pas le facteur principal.

"Les annonceurs sont persuadés que le premier paie plus cher que le second et ainsi de suite, ce qui est fondamentalement faux, cette confusion est entretenue par le support de Mountain View dans ses communiqués et ses relations clients" ajoute Stéphane Perino. "Nous avons plus de 6 ans d'historiques sur le CPC (Coût Par Clic) ou PPC, ce qui est vrai sur MSN ou Yahoo ne l'est pas sur Google. Nos plus gros clients économisent jusqu'à 800'000.- de budget par an sans aucun préjudice pour leur positionnement, au contraire plus de clics/leads pour la même position, pour moins cher." renchérit-il

La famille Google n'a que 62,2% du marché Suisse contre 67,7% pour Microsoft & MSN

Bien que le moteur soit numéro 1 en terme de moteurs de recherches avec les deux variantes google.com et google.ch (est-ce encore un moteur ?) en Suisse, MSN/Microsoft est toujours devant avec plus de 67% de PDM (Part de Marché) sans rajouter le site passeport de MSN et Google a environ 46% de PDM (Part de Marché) aux USA. Au pays de l'oncle Sam, Yahoo et MSN valent le network, et Ask.com dépasse les 6% désormais. D'autres moteurs avec des bases de données plus actualisées débarquent telles que exalead.com, gigablast.com ou les solutions de Dipsie.com, Google serait-il en train de vivre le syndrome d'Altavista, qui s'est transformé en shopping avant de mourir, celle d'une dispersion totale avec une négligence de son Core Business, qui lui rapporte toujours 99% de ses revenus. MSN et Yahoo cumulent plus d'un demi-milliard d'abonnés à leur messagerie contre 50 millions pour Google.

Le talon d'achille de Google: La fraude aux clics, les annonceurs

en direct n'y voient que du feux...

Agence Virtuelle SA, révèle aussi le talon d'achille de Google qui grossit procès majeur en vue aux USA dès le 15 août 2006?

La société spécialisée a par ailleurs constaté des différences de clics et de trafics révélés par des outils neutres de tierces parties (et non pas Google Analytics où Google analyse ses propres résultats) telles que des solutions hollandaises ou françaises qui révèlent des différentiels de clics de 50% entre ce que facture Google aux annonceurs ou aux agences peu regardantes et la réalité des solutions analytiques. Notre valeur ajoutée est effectivement d'assurer un suivi constant, pour nos clients nous ouvrons dès le 19 juin des demandes de remboursements (Click Fraud Settlement), Google a par ailleurs provisionné plus de 90 millions de dollars pour les clics invalides ou clics frauduleux, il existe même un site qui prendra toutes les plaintes jusqu'au 14 août 2006: <http://www.clicksettlement.com>. Nous ne savons pas aujourd'hui si de tels clics sont réellement frauduleux, mais les explications de Google demeurent incomplètes, évasives... ou peu crédibles, ce qui ne fait que renforcer nos doutes, une affaire à suivre... Nous avons déjà eu en novembre 2003 un remboursement intégral du mois en cours révèle également la société genevoise.

A propos d'Agence Virtuelle SA

Agence Virtuelle SA, agence d'e-marketing fondée en novembre 1996, active sur le web depuis septembre 2005, fête ses 10 ans en 2006; agence d'e-branding (gestion de marques du nom de domaine à la création de concepts créatifs) & spécialiste de l'e-marketing du référencement aux liens sponsorisés a offert ses services dans le domaine du voyages par exemple à des marques telles que Jet Tours, Club Med, Nouvelles Frontières, Swiss Tourism, easyJet, Corsair, Starwood Inc...

Contact:

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

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100002403/100510933> abgerufen werden.