

11.08.2008 – 10:00 Uhr

Une étude d'Agence Virtuelle révèle la création de slots pour les campagnes Google

Genève (ots) -

Google rationalise son trafic et bloque la visibilité des clients à certaines heures pour assurer un peu de trafic à chaque annonceur...

Le célèbre moteur de recherche lancé en son temps par Yahoo, ne délivre pas 100% du trafic disponible aux annonceurs. La société Suisse, Agence Virtuelle SA révèle dans une étude confidentielle, réalisée en 2008, que le moteur de recherches allote des slots par clients, même pour ceux qui sont prêts à investir massivement 24h/24.

"Nous avons des campagnes clients en Suisse dont les budgets sont de 1 million de franc par jour, Google ne parvient pas à délivrer même le 10ème des clics. Au contraire Google se doit de partager son trafic qui est à saturation (niveau plancher) et le nombre d'annonceurs ne fait qu'augmenter..." déclare Stéphane Perino, fondateur d'Agence Virtuelle SA à Genève. Les annonces ne sont donc pas Live 24h/24, mais 6h/24h par exemple.

Le fonctionnement de Google en résumé

Il faut d'abord bien appréhender le fonctionnement de Google, qui par principe donne à un client donné selon la technique dite du Coût Par Clic tout le trafic disponible selon un système d'enchère et assure une position dans ses résultats de recherche (un peu comme un Hit Parade).

Des clients, qui sur un mot donné (mot-clé) sont prêt à investir 1.- le clic pour un trafic estimé à 100'000 clics , devrait avoir les 100'000 francs investis , et un résultat intéressant en ROI (Retour Sur Investissement). C'est loin d'être le cas.

En effet, le trafic d'abord global diminue pour une même thématique, Agence Virtuelle à comparer les demandes des internautes, seule société à pouvoir le faire depuis 2003, sur la Suisse et par langue, il en ressort un très net tassement du niveau des impressions = l'expression de la visibilité de la marque , alors que la PDM de Google augmente. Même en 2008 pour une même thématique à mots clés équivalents le trafic est divisé par quatre , si moins de visibilité (impressions) , le niveau des clics s'en ressent.

Le gâteau de Google s'étirole

L'étude révèle également la création de slots par annonceurs, sur certaines thématiques et donc keywords , il existe pas moins de 90 annonceurs, il n'y a que 3 places au top (en haut appelées Goodies en gros le podium) et 8 places à droites; Google doit bien délivrer un minimum d'impressions et de clics chaque jour à chaque annonceurs, et c'est ainsi que des slots (comme dans les aéroports) sont attribués aux clients...

A propos d'Agence Virtuelle SA

Agence Virtuelle est une société Suisse active dans les solutions e-branding et e-marketing depuis 1996, elle compte parmi ses clients des marques telles que LeShop, easyJet, ebookers, Colgate-Palmolive...Pour en savoir plus www.agencevirtuelle.com

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
Internet: www.agencevirtuelle.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100002403/100567309> abgerufen werden.