



Affluences obtient une certification de Google

22 janvier 2006

Lise Millette, LesAffaires.com

Le 16 janvier, Affluences annonçait sa nouvelle accréditation au titre de Google Adwords Qualified Professional.



L'entreprise de Québec, spécialisée dans les services de référencement, compte de 5 à 7 employés selon l'ampleur de ses mandats. Rencontre avec le président d'Affluences, Richard Picard

Cette certification, le *Google Adwords Qualified Professional*, est attribuée par Google aux consultants experts en gestion de campagnes d'achat de mots clés.

LesAffaires.com: En quoi consiste la *business* des mots clés?

Richard Picard : Nos clients veulent avoir de la visibilité. Avec environ 4 millions de pages Web qui s'ajoutent quotidiennement et différentes sources qui estiment qu'on a défoncé les 20 milliards, peut-être même 40 milliards de pages uniquement pour le Web visible, on doit reconnaître que certains sites Internet passent inévitablement inaperçus. Avec le référencement par l'achat de mots clés, c'est la visibilité sur les moteurs de recherche qui est vendue aux clients, un marché en expansion qui suit la courbe du commerce électronique et dont la tendance est de 20 % par année. C'est assez extraordinaire comme business et surtout très poussée parce que la technologie permet de cibler les marchés par états, par régions et même par ville grâce à Google Earth!

LesAffaires.com: Qu'est-ce qui a poussé votre entreprise à demander une accréditation Google Adwords Professionnal?

Richard Picard : Nous voulions avoir cette certification pour donner plus de rendement sur l'investissement à nos clients. L'accréditation nous permet aussi d'aller sur les marchés canadiens et d'augmenter notre chiffre d'affaires. De plus, nous voulions nous distinguer de la concurrence, principalement située à Montréal et Toronto. Contrairement à certains d'autres entreprises, nous faisons uniquement du référencement et de l'achat de mots clés à l'encan, donc pas de sites web ni d'hébergement. Par contre, nous avons un important réseau de partenaires satellites, d'agences de publicité et de communication, des hébergeurs et des producteurs de TI.

LesAffaires.com: Quelles sont les étapes qui mènent à cette certification? Est-ce qu'il faut en faire la demande ou est-ce Google qui la donne?

Richard Picard : Il faut la gagner! C'est vraiment une certification qui se gagne. C'est un programme qui s'inscrit à la fois dans la durée et la difficulté. Il faut compter un investissement d'une centaine d'heures de travail pour en franchir les étapes. Google demande d'avoir une interface d'agence d'au moins 90 jours, des heures de pratique et un volume d'affaires en conséquence. La certification comprend aussi un examen final chronométré de 90 minutes en ligne dont la note de passage est de 75%.

LesAffaires.com: Comment cette nouvelle accréditation viendra-t-elle changer les façons de faire de votre entreprise?

Richard Picard : Nous avons déjà des procédures qui étaient en place et ça change peu de choses, sauf que nous avons l'aval de Google, des outils additionnels de contrôle lors des campagnes d'achat de mots clés d'un ordre de 5 à 6 % et nous gagnons en notoriété. De plus, en ayant une interface d'agence nous avons accès à des informations qui ont trait aux nouvelles directives et aux nouveautés Adwords de Google.

Publicité

Seulement
75¢
par semaine !

LES AFFAIRES

12 titres de...

CHAUDIERE-APPRE...
Les entrepreneurs se dressent devant la menace étrangère!

CLIQUEZ ICI !

LES AFFAIRES

LesAffaires.com: Vous mentionnez que l'accréditation Google Adwords est un gage de succès et de notoriété professionnelle. Pourriez-vous préciser cette idée?

Richard Picard : Actuellement il y a moins de 250 entreprises dans le monde à posséder l'accréditation Google Adwords. C'est déjà une chose. Google Adwords, c'est aussi une note de qualité pour les clients qui vient certifier notre maîtrise de l'outil qui est assez complexe. Google nous envoie aussi un logo à afficher sur notre site Internet une adresse sécurisée qui confirme qu'Affluences a passé les tests.

LesAffaires.com: Quels sont vos défis pour la prochaine année?

Richard Picard : Les moteurs de recherche se perfectionnent. Google possède actuellement le marché et tend à mettre des normes d'excellence dont fait partie la Certification Google Adwords Professionnal, Yahoo a aussi la sienne, l'obtenir est notre objectif pour cette année.