

L'alliance Salesforce.com et Google prend forme

Salesforce.com devient officiellement un revendeur de Google AdWords?

En intégrant la plate-forme de gestion des publicités sur Google dans son offre de CRM (gestion de la relation client) en ligne, Salesforce.com ouvre le marketing de la pub en ligne sur Google à ses clients petites et moyennes entreprises.

Comment cela va-t-il fonctionner ?

Sur un site qui déploie à la fois le service de Salesforce.com et les pubs de Google, le visiteur qui va cliquer sur une de ces publicités contextuelles sera automatiquement identifié et consolidé dans la base du CRM. Le client de Salesforce pourra ainsi suivre ce visiteur et déclencher des actions vers lui.

C'est la première application concrète issue du rapprochement des deux groupes. Ils ont collaboré à l'élaboration du code qui permet de simplifier l'intégration de AdWords pour permettre aux utilisateurs de Salesforce.com de créer des applications hybrides combinant les deux services.

Certes, Salesforce supportait déjà, via le rachat de Kieden voici un an, la gestion d'une campagne de liens sponsorisés sur Google. Mais avec Salesforce Group Edition for Google AdWords, c'est toute la chaîne des acquisitions de mots clés et de gestion des campagnes jusqu'à la mesure de performance qui est désormais encapsulée dans le CRM en ligne.

Et les deux partenaires ont indiqué qu'ils ne s'arrêteront pas là. Ils proposeront d'autres produits communs. En revanche, ils n'ont fourni aucune indication quant à l'accord financier qui accompagne leur partenariat. Seule chose acquise, Salesforce.com a trouvé là un nouveau modèle économique qui vient compléter son tableau de chasse?