

Publicité en ligne: Public-Idées veut optimiser le clic

La publicité en ligne a du mal à se départir de certains défauts. Le clic, à la base de la rémunération et de la visibilité d'une campagne de publicité sur la Toile ne génère plus autant de revenus qu'il le devrait. En fait, un clic effectué sur une bannière ne mène plus forcément au site de l'initiateur de la campagne.

Public-Idées, un spécialiste du marketing en ligne, propose une solution d'annonce plus ciblée: Media Perf. **La solution a pour objectif de « qualifier » le clic**, donc le rendre plus efficace dans les campagnes d'affiliation.

Traduction. Il s'agit de s'assurer qu'un clic effectué sur la bannière du réseau d'un client mène de manière affective au site cible. De fait, le clic ne serait plus rémunéré de manière aléatoire. Le paiement interviendrait lors de la visite de la page de l'annonceur. Pour la société il s'agit ni plus ni moins de « *marketing à la performance* » .

*« En ayant recours à Media Perf, les annonceurs évitent de payer de **15 à 20%** de clics sans valeur ajoutée » , explique Sylvain Gross dg de Public-Idées. Pour le dirigeant il s'agit d'aller encore plus loin. « Ce nouveau mode de comptabilisation des clics est **un bon moyen d'éduquer le marché** pour l'amener vers des campagnes à la vente » .*

La solution devrait accroître le contrôle des annonceurs sur leur campagne. Selon Public-Idées, Media Perf permettrait une gestion plus serrée des chiffres, de la visibilité et de la vente. Les annonceurs pourraient en outre observer de plus près les résultats d'une campagne et son effectivité. L'une des conséquences directes de cette optimisation pourrait être son impact positif sur le retour sur investissement.

Rien ne dit que le paris réussira. Si Sylvain Gross parle d'un secteur qui nécessite d'être « *éduqué* » , la publicité en ligne reste encore un univers relativement incontrôlable par rapport à l'annonce traditionnelle.

Pour le moment, la société s'attaque à trois marchés: la France, l'Espagne et l'Italie.