



Ontdekkingstocht naar nieuw "Google Agency"

Gabriel Goldberg Nicolas Debray

» - Inside: In welk opzicht heeft Google een revolutie veroorzaakt in de marketing?

Gabriel Goldberg en Nicolas Debray, medeoprichters van Semetis:

Google is een bedrijf dat begrepen heeft dat het haar succes te danken heeft aan de inburgering van haar producten bij de gebruikers. De komst van duidelijke cijfers in de wereld van de publiciteit, die tot nu toe gedomineerd werd door imago en positionering, gooit die wereld grondig overhoop. Dit noopt de markt ertoe zichzelf in vraag te stellen en rekening te houden met direct marketing elementen die meer meetbaar en berekenbaar zijn en die perfect beantwoorden aan de wensen van de bedrijven in deze periode van crisis. Agentschappen zoals Semetis kunnen de business van hun klant een meerwaarde geven. De SEM-markt in België heeft nog altijd een erg groot potentieel, vooral wanneer men bekijkt in welke mate SEM bij de Belgische bedrijven geïmpliceerd wordt in vergelijking met andere landen zoals Groot-Brittannië, Frankrijk of Nederland.

- Welke troeven houdt u over van uw werkervaring bij Google?

Dankzij deze ervaring kunnen wij beter dan wie ook gebruik maken van de reclamediens van Google. Wij hebben bij Google twee essentiële zaken geleerd: enerzijds bedrijven doen groeien door middel van een sterke methodologie, en anderzijds dat transparantie loont! Wij hebben daarom besloten om te werken met volledig open contracten (de klant vertrekt wanneer hij wil!), in tegenstelling tot wat gangbaar is op de markt.

- Hoe meent u zich te kunnen onderscheiden van de concurrentie?

Als oude Google-rotten, hebben wij een goed zicht op de SEM-markt in België. Wij kunnen veel verder gaan dan wat er nu al op de markt is: wij kunnen als enigen structuren uitbouwen voor beloning op basis van performantie of conversie (bijvoorbeeld op basis van aankopen verricht op de site van de klant). Kortom, wij delen het financiële risico van onze klanten. Het Semetis project berust op een dubbele business: enerzijds het agentschap dat georiënteerd is op diensten op vlak van SEO (optimalisatie voor zoekmachines), SEA (beheer van Adwords campagnes) en Web Analytics. En anderzijds opleidingen die wij bieden over deze drie domeinen.

- Biedt u SEM diensten die anders zijn dan wat men elders ziet?

Wij menen dat een SEO opdracht volbracht kan worden in 3 maanden tijd, terwijl de meeste van onze concurrenten contracten aanbieden van langere termijn, meestal van een jaar. Het uitbouwen van SEA campagnes echter vereist een lopende opdracht. Het aankopen van trefwoorden is onderhevig aan een commerciële logica die verschilt van het aankopen van klassieke mediaruimten, en dan vooral qua productiekost. Bij Google marketing is de prijs van de reclame relatief laag (vergeleken met de kostprijs voor de productie van een tv-spot), maar de kost voor het beheer is veel hoger. Een ander belangrijk verschil met de klassieke media is het feit dat er niet onderhandeld wordt over de tarieven voor de ruimten. Het Ad-

words systeem is gebaseerd op een veilingmechanisme dat ontsnapt aan de controle van de spelers. Het is dus aan het SEM agentschap om voortdurend de trefwoorden te optimaliseren, om de business van de klant te laten groeien. Onze streefdoelen lopen dus gelijk met die van de klant.

- Iedereen kan een Adwords campagne op Google beheren... Waarom dan beroep doen op een gespecialiseerd agentschap?

Iedereen kan op de beurs aandelen kopen, maar niet iedereen is in staat om die te beheren, om te anticiperen op de dynamiek van de markt of om die te begrijpen. Beroep doen op Google Adwords vereist expertise en ervaring om de investering in trefwoorden te optimaliseren. Dankzij onze expertise in Web Analytics kunnen wij veel verder gaan in onze benadering. Het is niet voldoende om verkeer naar een website te leiden. Ook de kwaliteit van dat verkeer moet geanalyseerd worden. Men kan heel goed een trefwoord hebben van 40 cent en een ander van 80 cent. Een adverteerder die zijn cost per click wil verminderen, zou geneigd zijn om het duurste trefwoord terug te trekken. Maar dat laatste kan veel betere resultaten genereren dan het trefwoord dat men 40 cent betaalt. Dankzij een goede ervaring in Web Analytics tools kan men een veel meer geavanceerde feedback krijgen over het gedrag van de internauten!

- Uw positionering?

De grote accounts en KMO met online potentieel, die actief zijn in de sectoren van de financiën, «retail» en «travel». «