



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Boulogne-Billancourt, le 25 avril 2017

#PagesJaunes #performance #ROI

PagesJaunes s'engage dans la mesure de sa performance publicitaire en garantissant le nombre de contacts à générer pour les campagnes digitales de ses clients

La part du web dans les investissements publicitaires est en croissance continue avec une prévision de 31%¹ du total des montants en 2017, devançant ainsi la TV. Les annonceurs expriment donc le besoin de mesurer la performance de leurs campagnes digitales avec des indicateurs faciles à maîtriser et à comparer. Pour répondre à cette attente, PagesJaunes va encore plus loin dans sa démarche ROIste² et fait du contact le nouvel indice d'efficacité de la communication digitale locale de ses clients.

PagesJaunes propose à ses annonceurs, en exclusivité et dès aujourd'hui, de **reconduire leurs engagements sur les produits de Search Local³ en contrepartie d'une promesse de contacts générés, dont le nombre varie selon le montant du budget renouvelé**. Cette dynamique repose sur le principe « Satisfaits ou Remboursés ». Si l'engagement de contacts n'est pas atteint, PagesJaunes rembourse à son client les frais qu'il a engagés, proportionnellement au nombre de contacts non délivrés.

Les contacts correspondent aux clics sur les boutons « Call to Action » qu'utilise l'internaute pour accéder aux informations pratiques d'un professionnel sur pagesjaunes.fr, tels que : Afficher le numéro, Plan / Itinéraire, Contacter par email, Réserver, etc.

« Piloter la performance de la publicité digitale est crucial pour les annonceurs et encore plus pour les TPE/PME qui ont besoin de réassurance pour engager leur budget sur Internet. Nombreuses sont celles qui soulignent régulièrement les difficultés à maîtriser les différents outils, formats et indicateurs. Face à ce besoin du marché, nous faisons le choix chez PagesJaunes de la simplicité et de la transparence en nous engageant sur un nombre de contacts à générer pour nos clients, en contrepartie du renouvellement de leur souscription à nos solutions. Cette promesse innovante est la preuve de la compétitivité des prix des contacts que nous générons et de la puissance de pagesjaunes.fr, véritable levier d'efficacité commerciale ! », explique Christophe Pingard, Directeur général de PagesJaunes et Directeur général délégué de SoLocal Group.

¹ GroupM, « This year, next year », 2016, rapport sur les prévisions d'investissements publicitaires pour 2016 et 2017.

² ROI : Return On Investment = Retour Sur Investissement.

³ Le Search Local désigne les services et les solutions digitales proposées aux entreprises pour accroître leur visibilité et développer leurs contacts au niveau local travers les propres marques de SoLocal Group dont PagesJaunes, Mappy, Ooreka font partie et ses partenariats privilégiés (Google, Bing, Yahoo!, Apple et Facebook).

Testé sur un panel de plus de 8 000 clients, essentiellement composé de TPE/PME et représentant 15% du chiffre d'affaires des activités Search Local de PagesJaunes, cet engagement pourrait être généralisé, d'ici la fin de l'année, à tous les professionnels investissant sur des produits de classement dont, par exemple :

- **Mots-clés** : affichage prioritaire sur les produits, services, savoir-faire et spécialités du professionnel référencé sur pagesjaunes.fr et sur la liste-réponses en SEO sur Google ;
- **Carte de visite Premium** : affichage prioritaire sur l'activité/métier du professionnel présent sur pagesjaunes.fr et sur la liste-réponses en SEO sur Google ;
- **Pôle Position** : affichage en 1^{ère} position sur 50 % des recherches sur le couple localité et activité choisi sur pagesjaunes.fr.

Cette promesse de PagesJaunes s'inscrit dans la continuité de son engagement auprès des TPE/PME françaises pour les accompagner dans leur digitalisation car, aujourd'hui encore, seules 66 % d'entre elles sont équipées d'un site Internet contre 87% en Allemagne⁴. Leur besoin de disposer d'indicateurs de réassurance pour engager leur budget sur Internet trouve ainsi une réponse avec cette assurance de bénéficier d'un nombre de contacts définis en amont de leur campagne digitale.

Contacts presse de SoLocal Group / PagesJaunes

Delphine Penalva
Directrice de la communication
dpenalva@solocal.com

Edwige Druon
Responsable relations presse
+33 (0)1 46 23 37 56
edruon@pagesjaunes.fr

Alexandra Kunysz
Responsable relations presse
+33 (0)1 46 23 47 45
akunysz@solocal.com

⁴ Source : Croissance Connectée, les PME contre-attaquent, Benchmark international, Conseil National du Numérique, juillet 2016.