

Le Pay per Call est-il l'avenir du Pay per Click ?

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Les liens sponsorisés font aujourd'hui partie de notre quotidien sur les moteurs de recherche et sites de contenus. A peine ce marché est-il en train de s'installer durablement qu'une nouvelle mouvance apparaît avec les systèmes de "Pay per Call", basés sur les appels téléphoniques. Déjà présents aux Etats-Unis et émergents en Grande-Bretagne, ces outils devraient pénétrer le marché européen très bientôt. Nous avons rencontré la société Miva, leader actuel pour ce type d'offre, afin d'en savoir plus...

On en parle depuis plus d'un an aux Etats-Unis puisque FindWhat a lancé la première offre de ce type en avril 2004 (<http://actu.abondance.com/2004-15/findwhat.html>). Puis, d'autres acteurs comme AOL se sont greffés sur cette vague qui a atteint l'Europe en 2005 avec les offres de Miva en Grande-Bretagne (<http://actu.abondance.com/2005-38/miva.php> et http://www.miva.com/fr/content/about/pressroom/pressreleases/pressrelease21_09_05.asp) qui devraient arriver en France au printemps 2006. Le "Pay per Call", puisque c'est de cela qu'il s'agit, va-t-il révolutionner le monde des liens sponsorisés en ouvrant la porte du web aux annonceurs ne disposant pas de site sur la Toile ? Possible. Probable, disent certains... Dans un premier temps, nous allons essayer de bien comprendre le fonctionnement de ce type d'offre au travers de l'offre de Miva (<http://www.miva.com/>), nouveau nom de l'entité issue de la fusion de l'européen Spotting avec l'américain Findwhat.

Le Pay per Call, comment ça marche ?

Le "Pay per Call" peut être comparé, sur le fond, au désormais classique "Pay per Clic" (système de liens sponsorisés proposé par Google, Overture et bien d'autres) avec des annonces qui s'affichent sur les pages de résultats des moteurs de recherche. A la différence près que, dans un système de Pay per Clic, ce sont des urls qui sont proposées à l'internaute afin qu'il clique dessus pour aller sur le site de l'annonceur, alors que dans le Pay per Call, ce sont des des numéros de téléphone qui sont affichés, ici sur la droite de l'écran :

The screenshot shows a search results page with several sponsored links on the left and a 'Free Phone Results' sidebar on the right. The sponsored links include:

- National Guarantee PLC for Great Mortgage Quotes**: CCJs, mortgage arrears, self-certified income or adverse credit? Contact National Guarantee PLC, the remortgage specialists. Enquire online now. We're here to help. www.nationalguarantee.com - (Cost to advertiser: £1.61)
- Mortgages - Friendly, No-Hassle Service**: Central Capital search over 100 mortgages for the right deal for you. Bad credit, CCJs and the self-employed welcome. Please no second mortgages. No obligation and no up front fees. www.centralcapitalmortgages.com - (Cost to advertiser: £1.61)
- Compare 1000s of Mortgages with MoneySave**: Use our free comparison service to search through 1000s of schemes and find the best mortgage deal for you. Easy to use & no obligation. www.moneysave.co.uk - (Cost to advertiser: £1.60)
- UK Mortgage Specialist: Self-Cert/Bad Credit**

The 'Free Phone Results' sidebar contains:

- Mortgage 4U**: 0800 7319259 ext. 482. Servicing your area. Specialist in Mortgages, Re-mortgages & Loans. All Credit Statuses & Self-Cert.
- National Guarantee PLC**: 0800 7318993 ext. 497. Servicing your area. Fast Re-mortgages and Mortgages for People with Credit Problems.

Ces numéros de téléphone sont :

- Soit des "numéros verts" (0800...) directs vers le standard de l'annonceur.
- Soit des "numéros verts" plus généralistes avec un code d'extension à taper sur son clavier (voir exemple ci-dessus) en fonction du client, cette extension mettant en relation l'internaute avec le standard de l'annonceur.

Ces numéros sont spécifiques du prestataire de liens sponsorisés, qui les gère, les attribue à ses annonceurs et sont donc liés à la campagne de Pay per Call. Il est très important de noter qu'il ne

s'agit donc pas du "vrai" numéro de téléphone de l'annonceur. Ce système permettra ainsi à ce dernier d'estimer les retombées de sa campagne selon le nombre d'appels reçus à ce numéro, puisque, évidemment, ce type de statistique lui est fourni par Miva. Si l'annonceur passait par d'autres prestataires de Pay per Call, ces derniers lui fourniraient d'autres numéros de téléphone et il pourrait ainsi comparer quel est le réseau le plus rentable.

Voici un exemple de l'interface d'administration fournie par Miva :

The screenshot shows the Miva administration interface for a user named 'Burt's Plumbing'. The page includes a navigation bar with 'Home > My Account', a welcome message, and several sections: 'Availability Manager' with status and scheduling options, 'My Listings' with a table of listings, 'My Results' with a performance table, and 'Payment Info' with a balance and management links.

Availability Manager [View Details](#)

My Status: Yes, I'm taking calls No, I'm not taking calls

Call Me at: Work 202-539-9324 Cell 202-349-2349

Schedule me to

My Listings [View Details](#)

Title	Featured Position	Current Bid
BurtsPlumbing001 Edit	# 3	\$4.50 Bid

My Results [View Details](#)

Week Ending	All Calls	Unique Customer Calls	Avg. Cost/Call	Total Cost
10/26/2003	19	14	\$4.00	\$56.00
11/2/2003	21	16	\$4.00	\$64.00
11/9/2003	28	21	\$4.48	\$94.08
11/16/2003	32	26	\$5.08	\$132.08

Payment Info [View Details](#)

Balance: **\$96.56** [Add to my account](#) [Spending limits](#) [Edit Payment method](#)

Notons sur celle-ci qu'il est bien entendu possible de n'afficher les liens sponsorisés que lorsqu'une personne est présente au standard pour répondre aux prospects (option "Schedule me").

L'avantage le plus important et primordial de ce type d'offre est qu'il n'est plus nécessaire d'avoir un site web pour faire des annonces sur l'Internet, de façon contextuelle ou au travers d'une page de résultats d'un moteur de recherche. Le système s'ouvre donc à tous les annonceurs potentiels, qu'ils soient ou non sensibilisés aux nouvelles technologies. On imagine le potentiel de telles offres...

L'annonceur peut être contacté directement par téléphone mais il peut, s'il le veut, fournir des informations afin de compléter une "fiche" comparable à un "mini site", créé ici par Miva, qui présente son activité (l'internaute y accède alors en cliquant sur le titre de l'annonce). Exemple :


Mortgage 4U

0800 7319259 ext. 482

Serving Your Area
0800 7319259 ext. 482

Description:
Specialist in Mortgages, Re-mortgages & Loans. All Credit Statuses & Self-Cert.

Additional Details
We can help you find the right mortgage, re-mortgage or loan. If you are having trouble getting finance due to credit problems because you have county court judgements, mortgage arrears, IVAs, are bankrupt or you just have a bad credit record, we can help you. We cover all aspects of mortgages from first-time buyers to 125% loan to value. On right-to-buy mortgages you could raise additional funds for home improvements etc. If you are self-employed and cannot prove your income you may require a self-certification mortgage. We cover the whole of the mortgage market and are independent mortgage brokers who are directly authorised by the FSA. We cover England, Wales & Scotland and have offices in Essex, Hertfordshire and London.



[Print Page](#)

Callable Hours:

Monday: 09:30-21:30

Tuesday: 09:30-21:30

Wednesday: 09:30-21:30

Thursday: 09:30-21:30

Friday: 09:30-21:30

Saturday: 09:30-18:30

This advertiser appears in:

- Mortgage Brokers
- Secured Loans

Combien ça coûte ?

Le Pay per Call diffère du Pay per Clic au niveau du montant des enchères, qui sont le plus souvent bien plus élevées pour le système par téléphone. L'enchère minimum est de 2 £ (2,9 euros environ) par clic en Grande-bretagne pour le Pay per Call alors qu'elle n'est que de 10 pences (0,15 euros environ) pour le Pay per Clic... Ca veut tout dire... Mais cela signifie également que la gestion des fraudes aux "faux appels" devra tout particulièrement être prise en compte par les opérateurs (même si ces appels frauduleux semblent plus complexes à mettre en œuvre de façon automatisée)...

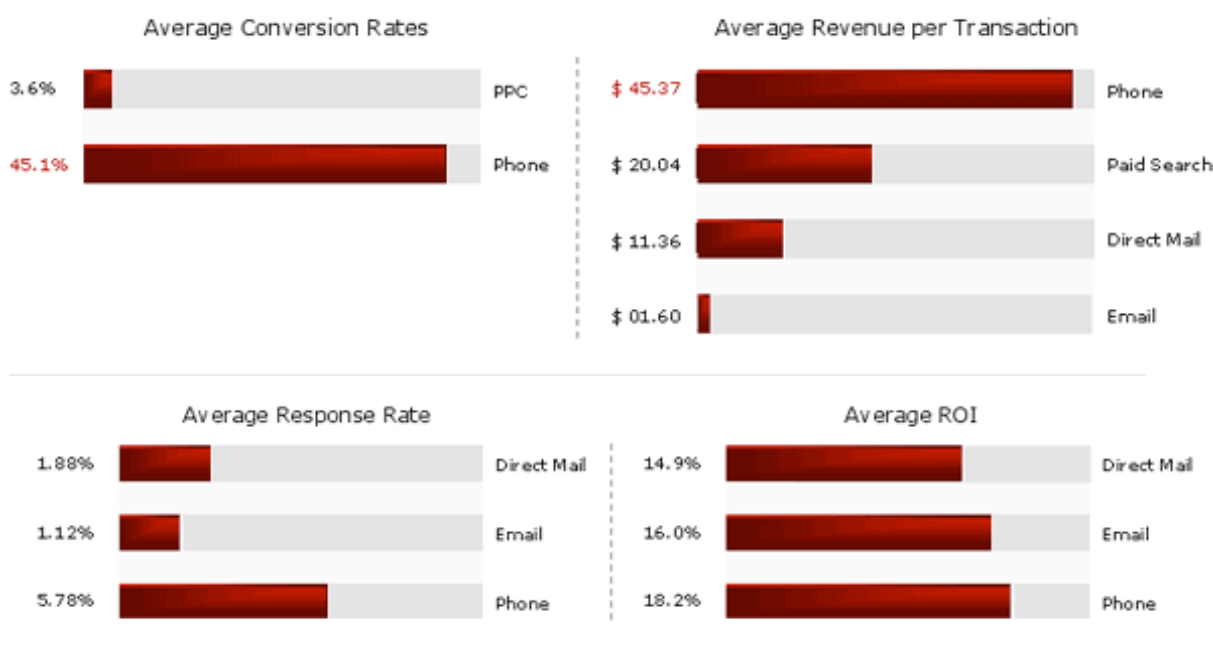
Voici un graphique, qui nous a été fourni par Miva, qui résume le coût moyen d'un contact sur trois supports différents : le Pay per Clic (1ère colonne), le Pay per Call (2ème colonne) et la "Direct TV", système de télévision interactive très en vogue aux Etats-Unis (3ème colonne) :

	PPC	PPCa	DRTV*
Credit/Debt Management	\$8.67	\$25.10	\$80.00
Mortgage Brokers	\$8.58	\$25.03	\$87.00
Web Design	\$3.58	\$13.26	N/A
Continuing Education	\$4.30	\$9.01	\$140.00
Real Estate	\$2.52	\$6.00	\$60.00
Legal	\$2.54	\$5.30	\$115.00
Life Insurance	\$5.45	\$6.01	\$37.50
Travel	\$1.59	\$3.59	\$23.00

Selon les domaines et les marges des annonceurs au sein de ce domaine, le coût à l'appel peut atteindre des sommes très importantes (plus de 25 euros le clic !), trois fois plus fortes que dans le

système du Pay per Clic. Ceci dit, dans le Pay per Call, le prospect est "capté" au téléphone et, dans ce cas, on peut penser qu'avec des vendeurs qui connaissent bien leur travail, le retour sur investissement est bien meilleur...

Toujours selon Miva, le taux moyen de conversion serait bien meilleur en Pay per Call, par rapport au Pay per Clic ou à d'autres types de promotion :



Le marché potentiel

En Grande-Bretagne, marché sur lequel le Pay per Call est en train de s'ouvrir à l'heure actuelle, le nombre de TPE/PME est estimé à 3,6 millions. Parmi celles-ci, 2,7 millions n'auraient pas de sites web (aux Etats-Unis, ce chiffre atteindrait les 10 millions) et sont donc directement concernées par ce type d'offre. Gigantesque ! De plus, bien évidemment, les annonces peuvent être ciblées par pays, région, ville, etc. Les annonceurs locaux qui ne désirent toucher que des prospects proches de chez eux peuvent tout à fait le faire avec ce type d'offre.

De plus, on peut imaginer que le développement des possibilités de téléphonie sur Internet comme Skype pourront profiter pleinement de ce type de système, un clic se transformant instantanément en appel téléphonique...

Conclusion

Le marché potentiel dans le monde pour le marketing direct par téléphone a été estimé par le Kelsey Group (<http://www.kelseygroup.com/>) à 1,6 milliard de \$. Ce chiffre est identique pour le marché des liens sponsorisés. Le Pay per Call se positionne, pour sa part, à l'intersection des deux domaines et pourrait remporter un succès énorme dans les prochains mois. Son marché potentiel est estimé à un quart du marché de la publicité en ligne, lui-même estimé à 19 milliards de \$ pour l'année 2009 par Kelsey/US Bancorp Piper Jaffray. Yahoo!/Overture, Google, tous les acteurs majeurs de la publicité en ligne ont actuellement une réflexion sur ce sujet, même si la société la plus avancée aujourd'hui semble être Miva. Mais des entreprises comme Ingenio (<http://paypercall.ingenio.com/default.aspx>) - qui a d'ailleurs déposé la marque "pay-per-call", ou Ads-Click (<http://www.ads-click.com/>) se positionnent déjà aux Etats-Unis et en Europe. Microsoft a racheté la société Teleo (<http://teleo.msn.com/>), également spécialisée dans ce type d'offre, dernièrement. Il y a donc à parier que le Pay per Call apparaisse rapidement sur sa plateforme AdCenter. Bref, tout porte à croire que ces systèmes vont se développer très fortement dans les mois qui viennent, aux Etats-Unis et en Europe. En France, son apparition devrait se situer, selon nos estimations, au printemps 2006. Raison de plus pour être prêt à ce moment-là...

Autres projets de Miva

Lorsque nous sommes allés à Londres pour discuter avec Miva du Pay per Call, nous en avons profité pour parler des autres offres de cette société autour de la monétisation de contenu, en plus des liens sponsorisés de type "Pay per Clic", déjà connus. Une question que l'on nous pose souvent est : "Et Esporting, que deviennent-ils ?". Voici une réponse avec cette liste des solutions publicitaires et projets mis en place, ou qui vont bientôt l'être, par Miva :

- Miva Search

Nous avons parlé, dans la lettre R&R de juillet-août (<http://abonnes.abondance.com/archives/2005-07/index.html>), de la mise en œuvre par Miva d'un nouvel algorithme de "search", qui est appliqué sur les outils de recherche proposés par la société. Cet outil peut être testé actuellement sur le site de Miva France notamment

(<http://www.miva.com/fr/>). Nous avons, lors d'une visio-conférence avec le Dr Ressler, concepteur du projet, obtenu quelques indications complémentaires à ce propos :

- L'index a été bâti sur la base d'une technologie fournie par Fast. Selon le Dr Ressler, "Overture a acheté un moteur de recherche à Fast, mais pas la technologie permettant de le créer". La technologie utilisée par Miva s'apparente donc à celle de feu-AllTheWeb, même si celle-ci a évolué depuis...

- L'index est continuellement révisé par des éditeurs humains dans chaque pays afin d'en augmenter la pertinence.

- Le site affilié qui utilise cette technologie peut mettre en "liste noire" certains sites qu'il ne désire pas voir s'afficher dans ses résultats. De même, il peut en soumettre d'autres qui ne seraient pas encore dans l'index. En revanche, un webmaster qui n'est pas affilié à ce service ne peut pas soumettre de lui-même un site dans l'index...

- L'algorithme de recherche devrait être disponible sur le site américain de Miva avant la fin de l'année.

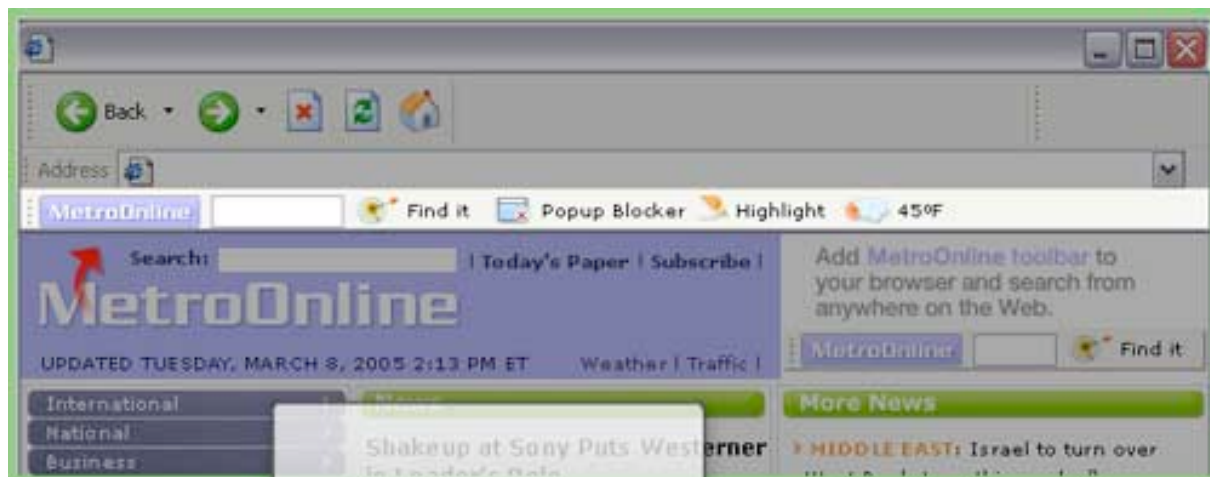
- Les prochains projets dans ce domaine tournent autour de la recherche locale (géolocalisation) et de la recherche intra-site.

- Miva mail

Ce produit, sorti dernièrement (<http://actu.abondance.com/2005-42/miva-mail.php>), est un système de monétisation de newsletter envoyées par mail, en ajoutant de façon automatique des liens sponsorisés ayant un rapport avec le contenu textuel de la lettre d'information.

- Miva toolbar

Cette offre, basée sur la barre d'outils de la société Comet (<http://www.starware.com/2.0.0.0/>) consiste à proposer un logiciel en marque blanche, permettant d'accéder à des zones particulières du site affilié et proposant divers services comme un bloqueur de pop-ups, des possibilités de recherche, etc.



Une barre d'outils de ce type peut être téléchargée à l'adresse http://www.autoexpress.co.uk/ae_data/toolbar/index.php (site anglais du magazine Auto Express).

- Miva European API program

Ce programme propose des APIs (bibliothèques informatiques) aux développeurs désirant programmer des logiciels ou applications web basées sur des services de Miva.

- Miva Domains

Un outil pour monétiser des noms de domaine achetés mais non encore exploités.

- Miva exit trafic

Un système permettant d'ouvrir des fenêtres pop-up à la sortie d'un site, donnant accès à d'autres choix connexes. Exemple :



- Miva banner

Possibilité d'afficher des liens sponsorisés lorsque l'internaute passe la souris sur une bannière "classique" de type graphique (format 468x60 par exemple). Exemple :



Tous ces produits sont décrits sur le site de Miva à l'adresse : <http://www.miva.com/uk/content/partners/overview.asp>

De même, plus d'informations sur les systèmes de Pay per Call, ainsi qu'une démonstration en ligne, sont disponibles sur le site de Miva à l'adresse suivante : <http://www.miva.com/uk/content/advertiser/paypercall.asp>

Nombreux ont été les observateurs du domaine de la recherche d'information et du référencement à se poser la question sur ce que devenait Espotting / Miva. Il semblerait donc qu'ils développent de nombreux outils de monétisation de contenu, leur spécificité étant leur indépendance par rapport à leurs clients et la fourniture d'outils en marque blanche. Ce qui explique peut-être qu'ils soient moins exposés aujourd'hui aux feux de l'actualité...