

[Voir](#)[Modifier](#)

## Publicité locale

# Geolid, la pépète lyonnaise qui a inspiré Google

Avec quatre ans de retard, Google a développé un nouvel outil de tracking téléphonique pour séduire les artisans et les commerçants



Publié le mercredi 20 août à 16h58  
Par Hugo Sedouramane, Journaliste

[@Indixit](#)

**Les faits** - La nouvelle fonctionnalité de Google est simple : achetez des mots-clés, proposez dans votre annonce à vos clients de prendre rendez-vous par téléphone, et suivez la performance de votre campagne en direct. Rien de plus simple pour une PME de quartier. Reste que Google n'a rien inventé.

Cette semaine, Google a présenté un nouvel outil publicitaire baptisé **Website Call Conversions**. Son objectif : permettre aux annonceurs qui achètent des liens sponsorisés sur le moteur de recherche de suivre l'efficacité de leurs campagnes au regard du nombre d'appels téléphoniques qu'ils reçoivent par la suite, grâce à un numéro de téléphone spécifique. Rien de plus efficace pour convaincre les petites structures d'investir dans l'achat de mots-clés car jusqu'à présent, seules les grandes chaînes ou franchises qui ont des moyens marketing importants ont réellement pris le virage du numérique. Une aubaine pour le coiffeur du coin ou pour l'électricien de quartier dont l'activité bat de l'aile.

En réalité, Google n'a absolument rien inventé : à Lyon, une start-up baptisée **Geolid** et fondée en 2008 par Mickael Cabrol et Gautier Cassagnau a commercialisé une solution similaire dès 2010. Avec succès, puisqu'au cours des trois dernières années, cette pépète est devenue rentable en passant de 1 à 10 millions d'euros de chiffre d'affaires par an. «Nous sommes flattés d'avoir eu quelques années d'avance sur Google», explique Gautier Cassagnau. Sa solution permet à ses 3000 clients de disposer d'un numéro de téléphone spécifique grâce auquel il sera possible de mesurer l'efficacité d'une campagne Web et «pas que sur Google, puisque nous aidons les commerçants et artisans à améliorer leur visibilité sur Facebook, Twitter et même sur des sites médias comme Lequipe.fr».

Sur le marché de la publicité locale «qui n'a pas bougé depuis 40 ans car Pages Jaunes n'a pas vraiment fait évoluer son offre, nous étions les seuls à savoir mesurer l'efficacité d'une campagne en ligne», note l'entrepreneur. Un business juteux : «Un électricien peut dépenser près de 10.000 euros par an en publicité en ligne». Et à la différence de **Google**, la start-up prend plus de risques financiers car «on se rémunère en fonction du nombre de clients apportés», explique-t-il.

Côté annonceurs, on trouve de tout : des commerçants, des fournisseurs de services comme les salles de sports ou instituts de beauté et d'autres corps de métier comme des comptables, des artisans du bâtiment et «même des avocats». L'arrivée de Google auprès de cette clientèle n'est pas une surprise : le géant du Web s'est longtemps intéressé aux petits commerçants et a même embauché des formateurs dans le cadre de son opération «Google pour les pros» : en novembre 2013, la multinationale signait un accord avec la Chambre de commerce et d'industrie d'Ile-de-France pour aider les entreprises «à être visibles sur Internet». Autrement dit, à investir davantage, entre autres, dans les publicités Google.

Car le référencement, même naturel, ne doit plus être pris à la légère par les commerçants : les clients sont désormais équipés de smartphones grâce auxquels ils effectuent des recherches géolocalisées, le

plus souvent sur Google ou Google Maps. Dans un rapport rédigé en 2011 pour la Fédération e-commerce et vente à distance et intitulé «2020 : la fin du e-commerce...», Catherine Barba, également auteur de «Le magasin n'est pas mort», écrivait déjà que «le magasin s'intégrera au processus cross canal, pour communiquer avec ses clients en amont et en aval de la décision d'achat, via le Web et le mobile (...). Ce sera un magasin "multimodal", accessible en permanence».

@ indixit



#### Buzz : iPad pour 30€

Nos journalistes démontrent comment avoir l'iPad pour 30€



#### Ras-le-bol fiscal?

Vous payez plus de 3000€ d'impôts par an ? Découvrez comment ne plus en payer dès 2014 !



#### Investissement Métaux

Les métaux de terres rares. Des matières premières en pénurie croissante



#### Primes Energie E.Leclerc

Recevez les en vous inscrivant gratuitement et sans engagement. N'attendez plus !

Publicité  Ligatus