



Patrick Buisson, directeur marketing d'Europages

DU NEUF SUR LE NET

Europages mise tout sur internet !

Abandon du support papier, refonte intégrale du site, recrutement d'experts des nouveaux métiers de la toile (nomenclaturistes, statisticiens, professionnels du référencement, juristes web...), Europages, le moteur de recherche B2B européen, entre de plain-pied dans l'internet !



« Exit l'annuaire papier et le CD Rom, place au 100% Web ! » s'exclame Patrick Buisson, directeur marketing d'Europages, dont la nouvelle version du site est en ligne depuis le 6 février et devrait être totalement opérationnelle à la fin du mois de mars 2008. « L'idée est de faire de notre site une excellente alternative aux grands moteurs de la toile

pour les recherches B2B ». Lancé fin 2006, ce projet d'envergure a mobilisé toute l'entreprise pendant plus d'un an. Moteur de recherche, logo, interface graphique, ergonomie... tout a été repensé dans une logique toujours plus réactive et évolutive. « Notre nouveau site assurera à notre clientèle un bon référencement auprès des principaux moteurs de recherche. Notre objectif n'est plus seulement de vendre des annonces publicitaires comme un simple annuaire mais d'apporter du conseil

et des outils aux entreprises pour les aider à augmenter leur visibilité, leur nombre de contacts et leur chiffre d'affaires ».

Une annonce publiée sur le site d'Europages sera traduite en 15 langues contre 12 auparavant. « Chaque annonce sera automatiquement traduite en chinois » précise P. Buisson. Bientôt les clients d'Europages disposeront également d'un service spécifique "MyEuropages" à partir duquel ils pourront gérer, à tout moment, leur propre espace.

« Il permettra aux entreprises d'enrichir leurs fiches de présentation en modifiant à tout instant textes, photos, vidéos mais aussi en ajoutant des renseignements sur leur pratique du commerce international : C.A. export, pays d'exportation et d'importation, langues parlées dans l'entreprise... ainsi que des offres ponctuelles de vente ou d'achat de produits, informations qui seront rassemblées dans une "business card". Fin 2008, nos clients pourront accéder à leurs statistiques de fréquentation et ainsi connaître l'origine des contacts générés par leur annonce ». P. Buisson et ses équipes se laissent encore quelques semaines pour finaliser ces nouveaux produits qui devraient permettre « d'apporter au moins 25% de visites supplémentaires en 2008 ».

S.Etaix

Une présence étendue en Europe

Pour augmenter sa présence auprès des entreprises européennes, Europages compte sur son nouvel associé allemand, Wer liefert was (www.wlw.de). Cet annuaire qui est le moteur de recherche B2B en Allemagne, vient d'être racheté par sa maison mère Seat Pagine Gialle (les pages jaunes italiennes), ouvrant ainsi de nouvelles opportunités. « Les entreprises allemandes clientes de Wer liefert was pourront désormais, grâce à Europages, avoir plus de visibilité à l'étranger. A l'inverse, nous pourrions étendre notre présence dans les pays couverts par notre nouveau partenaire, à savoir l'Allemagne, mais aussi l'Autriche, la Suisse, la République tchèque, la Hongrie et la Croatie » précise P. Buisson. S.E.