

KAIROS MOSAÏQUE

13 mai 2010

Les
Cahiers
de la
Publicité

The total cost was: \$6

The Google Job Experiment L'idée de la semaine

Par Alexandre RIBICHESU

C'est l'histoire d'Alec Browstein qui a décidé d'utiliser Google pour faire de la publicité. Mais pas n'importe quelle publicité, cet américain a utilisé le moteur de recherche pour faire sa propre publicité! Ce dernier n'a rien à vendre si ce n'est son temps! En effet, Alec Browstein recherche un emploi de DA du côté de New York. Comment contacter les plus grands Directeurs de Création de façon originale? Pour seulement 6\$, Alec va réaliser un véritable coup de génie. Vous savez ces coups de maître qui vous laissent échapper un "mais comment n'y a-t-on pas pensé plus tôt?!"

L'idée est simple, acheter une ligne de pub Google pour mettre en avant son CV et ses motivations. Jusque là rien de bien novateur mais ce qui fait la différence c'est que cette page arrive en tête des résultats quand les principaux DC de NYC se "Googlent"!

L'achat de mots clés semble ainsi prendre une tournure inattendue. On passerait d'une publicité "One to Many" à du "One to One" ultra ciblé. Google devient un medium transmettant des messages de particuliers à particuliers! Cette expérience plus que satisfaisante (Alec a obtenu deux propositions sur cinq contacts

potentiels) risque de faire des envieux, ainsi l'idée sera rapidement multipliée. Multipliée pour le meilleur comme pour le pire. Cette histoire accentue encore la nécessité de contrôler son image. Votre travail de Personal Branding peut désormais être anéanti par une publicité bien pensée. L'histoire ne dit pas comment Alec a réussi à convaincre ses cibles de rentrer leur nom dans Google. Sans doute une vieille habitude narcissique...

Chers patrons d'agences, vous n'êtes pas au bout de vos surprises! Le CV classique c'est tellement XXe siècle!

[The Google Job Experiment - La vidéo](#)