

Pixel Advertising

Pixel advertising, une nouvelle forme de publicité ?

Un peu d'histoire :

Lorsqu'en 2005 un étudiant anglais de 21 ans, Alex Tew, décide de découper une page internet en pixels et de les vendre à 1\$/pixel pour y placer un visuel publicitaire avec un lien vers leur site, il ne se doutait pas qu'il vendrait la totalité de son écran aussi facilement.

Les derniers pixels se sont même échangés sur eBay à des tarifs à donner le tournis. Son idée de départ devait lui permettre de financer ses études en proposant à ses mécènes une présence pendant une durée de cinq ans sur cette grille : www.milliondollarhomepage.com

Sans le savoir, il invente un nouveau support publicitaire, à la manière des frères Kellogg qui créent, par erreur, les corn-flakes en oubliant du blé dans un four.

Au début, les annonceurs n'y voient qu'une manière ludique et peu onéreuse de dépenser quelques dollars et ainsi participer à une aventure nouvelle sur ce nouvel espace qu'est le web.

Puis, lorsque la presse s'empare du phénomène et lui apporte une crédibilité, tout le monde se précipite pour acheter quelques petits carrés sur cette grille.

Du coup, tout le monde veut voir son site figurer sur cette grille devenue mythique ("a piece of internet history").

Le site compte depuis plus de 200 000 visites par jour. C'est désormais un lieu de pèlerinage pour tous ceux qui rêvent de faire fortune sur le net.

Et maintenant ?

Sur son modèle, beaucoup de sites ont vu le jour mais aucun n'a réussi à égaler le modèle original.

Ceux qui pensent pouvoir devenir millionnaires sans bouger de leur lit peuvent rester couchés.

Par contre, ce support original offre à l'internaute une interface nouvelle et ludique pour surfer sur le net :

- Dans un moteur de recherche, on trouve ce que l'on cherche.
- Dans un annuaire, il faut dérouler des arborescences infinies pour espérer trouver la perle rare
- Restent les blogs qui foisonnent de bonnes infos mais demandent une lecture assidue.

La grille, quant à elle, permet de guider visuellement l'internaute et favorise la mise en place de stratégies visuelles originales. Le plus gros pixel n'obtient pas toujours le plus de clics. Par contre, celui qui fait preuve d'ingéniosité (un relief, un effet de transparence, une proximité entre deux pixels improbables) est souvent plus populaire.

En bref, la créativité occupe une place importante dans une grille alors que le référencement classique ne fait appel qu'à des règles logiques et mathématiques.

Aujourd'hui, les grilles qui semblent avoir du succès sont celles qui proposent une thématique car elles permettent de rassembler autour d'elles des communautés.

Certains sites proposent également de gérer des grilles placées sur d'autres sites. Vous pouvez voir un exemple au pied de notre site. Cette grille nous permet de proposer des liens (backlinks) originaux. Vous voyez à côté de notre grille des liens classiques... lesquels préférez-vous ?