



VRDCI s'étend à l'international

VRDCI confirme son expansion internationale. A Londres, l'agence Web vient de signer deux contrats de référencement naturel avec les grands comptes Kimberly Clark et Abbott, spécialisés dans l'hygiène et la santé. L'accord prévoit un paiement aux résultats. Un système que l'agence parisienne est la seule à proposer sur le marché international, pour ce qui est du référencement naturel en première page Google. Créée il y a maintenant 11 ans, VRDCI revendique des résultats rapides. « Nous atteignons la première page de Google en quatre mois généralement », confie Antoine Mussard, le dirigeant de l'agence de communication, qui ne garantit cependant pas le succès de l'entreprise à tous les coups. « Garantir du référencement naturel serait une arnaque car Google peut changer ses algorithmes du jour au lendemain. »

Son modèle économique consiste, après un forfait initial minime, à ne facturer quotidiennement que la première page naturelle de Google dans les pays où ce dernier est le leader incontesté ; ce qui n'est pas le cas en Chine (Baidu), en Russie (Yandex), au Japon (Yahoo/Bing) et, ce qui est plus étonnant, aux USA (ou Yahoo/Bing a 30 % de parts de marché).

La prestation consiste à faire du lobbying virtuel pour que Google comprenne que ses clients sont les meilleurs dans leurs activités. VRDCI n'intervient quasiment pas sur les sites Web clients et ne travaille sur ce type de contrats que sur des mots-clés ultra-concurrentiels.

www.vrdci.com

Infos-entreprises.com : Des notes pour évaluer ses clients



Plus d'une entreprise sur cinq qui dépose son bilan le fait en raison de la défaillance de l'un de ses clients. « Le dirigeant a l'obligation d'apprécier la solidité financière de ses

partenaires commerciaux, explique Éric Belmont, directeur d'Infos-entreprises.com. Pour sécuriser son développement, il doit prévenir et anticiper les impayés ainsi que les risques de défaillance de ses co-contractants. »

Sur le www.infos-entreprises.com, le chef d'entreprise accède aux principaux ratios de gestion des sociétés qui l'intéressent. Une note attribuée aux derniers bilans comptables le renseigne sur leur solidité financière. La lecture s'en trouve simplifiée : 89% des entreprises ayant fait l'objet d'une procédure collective et d'une liquidation judiciaire en 2009 avaient en effet une note inférieure à 9,5/20 en 2008.

Avec une base de données actualisée quotidiennement et des alertes mails sur les procédures collectives et les inscriptions de privilèges deux fois par jour, le dirigeant minimise ainsi les risques financiers inhérents aux crédits inter-entreprises.



Tamara Botherstone : « Anticiper la défense de ses créations »

Une procédure en contrefaçon coûte entre 4.000 et 10.000 €. Certes. Mais elle peut rapporter beaucoup plus et permettre à l'entreprise de valoriser ses actifs créatifs. Maître Botherstone le constate souvent : « Une entreprise qui choisit une marque forte, adopte une politique de datation de ses créations, gère et anticipe les questions de droits d'auteur des salariés, surveille et défend ses actifs immatériels, va valoriser son savoir-faire et accroître sa crédibilité. »

Pour l'avocate spécialisée dans le droit de la propriété intellectuelle, « la loi est de plus en plus protectrice ». « Pour le préjudice, le juge prend en compte les conséquences économiques négatives comme le manque à gagner, les bénéfices réalisés par le contrefacteur et la banalisation des efforts créatifs de l'entreprise. On peut donc atteindre une juste indemnisation ».

À condition d'avoir mis toutes les chances de son côté pour apporter les preuves requises. « C'est le plus souvent sur ce point, par manque d'information et d'anticipation, que les entreprises vont perdre une chance de gagner ». Vous l'aurez compris, pour valoriser vos actifs créatifs : anticipez !

www.bootherstone-avocat.com