

8 questions à poser avant de signer

Cette liste ne cherche pas à nous favoriser. Elle cherche à vous protéger, que vous nous engagiez ou non.

Chaque question porte sur un point où l'industrie du marketing laisse trop de place aux promesses creuses. Les bonnes réponses sont celles qui vous rendent plus difficile à décevoir.

1. Est-ce qu'on me garantit la première place sur Google ?

Si la réponse est oui, fuyez. Personne ne contrôle Google, pas même les agences les plus chères. Un fournisseur honnête parle de mesures, de tendances et de progrès vérifiables, pas de garanties impossibles.

2. Y a-t-il des frais d'installation ?

Les frais d'installation servent surtout à vous rendre coûteux à quitter. Notre philosophie : on facture du travail, pas de la paperasse de départ. Les frais initiaux de 850 \$ et plus sont la norme du marché. Demandez-vous ce qu'ils paient, vraiment.

3. Suis-je enfermé dans un contrat de 12 mois ?

Un engagement obligatoire protège le fournisseur, pas vous. Un fournisseur qui fait du bon travail n'a pas besoin de vous retenir juridiquement. Cherchez le renouvellement mensuel, gagné chaque mois.

4. Qu'arrive-t-il à mes données et documents si je pars ?

Un fournisseur honnête répond : « tout vous appartient déjà ». Rapports, audits, comptes, accès. Si on vous parle d'un « processus de récupération », vos données sont des otages.

5. Qui possède les comptes créés pour moi ?

Analytics, Search Console, hébergement, noms de domaine : la réponse correcte est « vous, avec les clés en main ». Si les comptes sont créés sous le nom du fournisseur, vous louez votre propre présence en ligne.

6. Est-ce que mon site sera bourré de traqueurs ?

Beaucoup de fournisseurs installent par défaut des analyses et des pixels qui profilent vos visiteurs. Demandez la liste de tout ce qui sera installé, et exigez le droit de dire non. Un site peut être mesuré sans être instrumentalisé.

7. Puis-je voir exactement ce que vous ferez, et quand ?

Du flou (« optimisation continue ») cache habituellement soit de l'inaction, soit du travail invérifiable. Demandez une liste concrète d'actions, un échéancier, et un rapport mensuel en langage clair.

8. Vos résultats sont-ils vérifiables par un tiers ?

Un score, un graphique, des positions documentées. Des éléments qu'un tiers peut regarder et confirmer. Si toute la preuve vit dans le tableau de bord du fournisseur, vous croyez sur parole. C'est un choix de confort, pas de rigueur.

Nous nous soumettons volontiers à ces huit questions. C'est d'ailleurs ainsi que nos services ont été conçus : sans contrat, sans frais d'installation, sans garantie impossible, et avec tout ce que nous produisons qui vous appartient dès le premier jour.

Imprimez cette page. Apportez-la à chaque rencontre avec un fournisseur, marketing ou autre. Surtout si c'est nous.

Préparé par Solutions Marketing VIP - Montréal, Québec.