

Nicolas Oren

Nicolas Oren, Rich Media Campaign Manager chez Google. Google est à l'origine un moteur de recherche, lancé en 1998 par Larry Page et Sergey Brin, qui a su avec le temps se diversifier (Gmail, GoogleMaps, YouTube, Chrome, Google Docs, Android, etc.) et propose aujourd'hui une multitude de services. Cela grâce à la recherche interne et aussi le rachat de plus de 113 sociétés depuis 2001.

Google a l'ambition d'organiser l'information du monde entier, et de la rendre accessible au plus grand nombre (ex: Google books). Mais cette démarche ne se concentre pas uniquement sur la recherche (ex: Android, Google+, Gmail, etc.).

Google Glass

Google est donc une importante structure, composée de nombreuses petites entités, génératrices de très nombreuses idées. Un bon exemple est le projet Google Glass, initié par une équipe de 5 personnes du Google X Lab qui devrait voir le jour courant 2014. Il s'agit d'une paire de lunettes en réalité augmentée, équipée d'une caméra intégrée, d'un micro, d'un pavé tactile sur l'une des branches, de mini-écrans et d'un accès à internet par wifi ou bluetooth. Elle permet d'accéder à la plupart des fonctionnalités de Google : Google Agenda, reconnaissance vocale, Google+, horloge/alarme, météo, messages (SMS, MMS, email), appareil photo, GPS (Google Maps), Google Latitude, etc..

Google et la publicité

La publicité est au coeur du système Google et rapporte plus de 80% de ses revenus. Google joue ici le rôle d'intermédiaire entre les annonceurs et les utilisateurs. Ce qui permet non seulement aux annonceurs de toucher des cibles précises et spécifiques, et aux utilisateurs de recevoir des annonces qui les concernent toujours davantage. C'est cette manne qui permet aussi à Google d'investir dans des initiatives de moindre valeur ajoutée financière comme le Google Art Project.

Rich Media Campaign Manager c'est donc le métier qu'exerce Nicolas Oren chargé de la coordination des campagnes publicitaires "Rich Media". Ce terme apparu à la fin des années 1990 désigne l'ensemble des créations publicitaires dont le contenu et la forme interactives ne sont pas des standards. Le Rich Media se caractérise en effet par la mise en avant de nouvelles technologies associées à différentes applications graphiques imaginées ces dernières années.

Le Rich Media, outre le fait qu'il se définit comme une expérience innovante, permet d'adapter le message publicitaire en proposant des jeux utilisant par exemple la géo-localisation ou encore les réseaux sociaux.

Voir <http://www.richmediagallery.com/> pour des exemples de campagnes publicitaires Rich Media.

Nicolas Oren est donc l'interlocuteur privilégié des agences et des régies publicitaires pour la mise en place de leurs campagnes rich-média innovantes et spécifiques. Il doit aussi assurer la liaison entre les équipes techniques et créatives internes et externes de Google et soumettre régulièrement les compte rendus et les statistiques à ses clients.