



## NVI se positionne comme une boîte de stratégie interactive

Montréal, le 11 mars 2009

Pour NVI, un site Web n'est pas un produit, mais plutôt un service. « On voit un site comme un service qui se bâtit sur le long terme, explique Nicolas Cossette, directeur des ventes et de la communication chez NVI. Le Web est quelque chose de vivant, qui change constamment. On préfère avoir une approche flexible avec les clients pour développer une relation qui nous permettra de faire un suivi sur le projet. C'est ce qui explique qu'on est capable d'obtenir de bons résultats. » Le Lien MULTIMÉDIA a rencontré Nicolas Cossette dans les locaux de NVI.



[Entretien avec Nicolas Cossette]

Selon Nicolas Cossette, NVI veut être une compagnie axée sur les résultats. « Nous voulons continuer d'être créatifs dans les stratégies Web que nous élaborons, mais pour faire ça, il faut obtenir des résultats, explique-t-il. C'est pourquoi nous regardons toujours avec le client quels sont ses objectifs. De là, on élabore différentes stratégies pour y arriver et on regarde ce que le client préfère. » Si l'entreprise fait affaire avec quelques agences, c'est principalement avec les clients directement qu'elle fait affaire.

NVI peut créer des sites qui sont relativement classiques, mais le véritable plaisir de l'équipe se trouve dans les nouvelles pratiques sur le Web. « C'est dans ces moments que l'on peut vraiment faire aller notre créativité, explique Nicolas Cossette. Toute l'équipe effectue une veille sur ce qui se passe en Europe et aux États-Unis. On est souvent une des agences qui essaient certaines stratégies pour la première fois dans

le pays. »

Qu'il s'agisse de fausses vidéos envoyées à des blogueurs (Dominic Arpin s'est fait prendre), création de blogues, campagne virale, NVI cherche toujours de nouveaux moyens d'augmenter le référencement des sites qu'ils mettent en ligne. « Les moteurs de recherche sont nos meilleurs amis, dit Nicolas Cossette. On ne se gêne pas pour créer de petits sites ou des vidéos pour susciter le bouche-à-oreille autour d'un phénomène. Lorsque les gens s'échangent les liens, c'est là qu'un site devient populaire. »

Pour s'assurer d'être capable de livrer le site clés en main, de la stratégie à la conception sans oublier l'optimisation et la mise en réseau, la quarantaine d'employés de NVI occupent tous une spécialité. « On a six personnes qui ne travaillent que dans les réseaux sociaux sur le Web, dit Nicolas Cossette. On a plusieurs développeurs, des experts en référencement. Chaque membre de l'équipe s'occupe d'une partie de la stratégie et du développement des sites. »

Finalement, l'équipe s'assure aussi de faire progresser ses idées au sein de la communauté des développeurs. « On est souvent invité à faire des conférences sur ce que l'on fait, dit Nicolas Cossette. On veut que notre genre de développement soit compris par un maximum de personnes parce qu'on pense que ça aide toute l'industrie à se développer. C'est nécessairement bon pour nous. »

Charles Prémont

<http://www.lienmultimedia.com/>