Google Workspace

Programme d'affiliation Google Workspace

Règlement du programme et consignes relatives à la marque

Dernière mise à jour : novembre 2022

Sélectionnez votre langue :

Bahasa Indonesia
Bahasa Malaysia
Čeština
Dansk
Deutsch
English (GB)
English (US)
Español
Español (Latam)
Français
Français (Canada)
Italiano
Magyar
Nederlands
Norsk
Polski
Portuguese (Brasil)
Português (Portugal)
Română
Suomi
Svenska
Tiếng Việt
Türkçe
українець
ไทย
한국어
日本語
中文（繁體）
中文（香港）
中文（繁體中文）
עברית

Confidentiel et propriété de Google

Bienvenue !

Merci d'avoir choisi Google Workspace.

Prenez le temps de lire le règlement du programme présenté ici. Vous pourrez ainsi vous familiariser avec le produit, comprendre comment fonctionne le programme, et mieux connaître notre marque et notre style.

Si vous avez des questions, des commentaires ou des demandes particulières, contactez-nous à l'adresse suivante :
Amérique du Nord : GoogleWorkspaceAffiliatesNA@CJ.com
Amérique latine : GoogleWorkspaceAffiliatesLATAM@CJ.com
APAC : GoogleWorkspaceAffiliatesAPAC@CJ.com
EMEA : GoogleWorkspaceAffiliatesEMEA@CJ.com

À bientôt !

Confidentiel et propriété de Google

Présentation de Google Workspace

Google Workspace regroupe tous les outils dont vous avez besoin pour être productif. Que vous travailliez depuis chez vous, au bureau ou en classe, ils vous aident à créer, à communiquer et à collaborer. Grâce à ces outils familiers, vous évitez les distractions et disposez de plus de temps pour faire ce que vous avez à faire.



Google Workspace

Confidentiel et propriété de Google

Consignes et règles relatives au contenu

Confidentiel et propriété de Google

Actions autorisées et interdites dans les contenus portant sur Google Workspace

AUTORISÉ : Toujours faire référence à la solution avec la dénomination Google Workspace, quel que soit le support

AUTORISÉ : Utiliser cette dénomination dans les incitations à l'action, par exemple :
S'inscrire à Google Workspace
Configurer dans Google Workspace

INTERDIT : Faire référence à la solution en utilisant uniquement "Workspace"*

INTERDIT : Faire référence à la solution en la nommant "Google Workspaces"

INTERDIT : Faire référence à la solution en tant que "Google Workspace, de Google Cloud"

INTERDIT : Faire référence à la solution en tant que "Workspace de Google"

INTERDIT : Faire référence à la solution avec l'expression "Exploitez tout le potentiel de Google Workspace"
Nous n'utilisons plus ce slogan.

** Sauf dans de rares cas, lorsque la dénomination Google Workspace a déjà été mentionnée en entier, en texte brut et lorsqu'il existe des contraintes d'espace ou lorsque le terme est utilisé de manière claire pour faire référence à l'espace de travail en ligne de l'utilisateur.*

Confidentiel et propriété de Google

Pourquoi Google Workspace ?

Principaux arguments de vente à l'intention des clients

Principaux avantages :

- Vous disposez d'une adresse e-mail professionnelle (@votreentreprise.com).
- Vous travaillez avec vos collègues en temps réel sur les mêmes documents.
- Vous restez connecté pendant vos déplacements, et pouvez travailler où que vous soyez sur la plupart des appareils.
- Vous réduisez le volume des demandes d'assistance informatique ainsi que les frais d'infrastructure et de déplacement de 20 %*.
- Vous bénéficiez d'une **garantie de disponibilité de 99,9 %****, avec des applications Google Workspace qui restent disponibles même pendant les mises à jour et les maintenances système.

Avantages au niveau de la sécurité :

- Les commandes d'administration Google Workspace vous permettent de gérer facilement le départ des collaborateurs en conservant tous les documents en interne.
- Blocage des spams et des escroqueries visant à compromettre les messageries professionnelles avec une **précision supérieure à 99,9 %**.
- **Zéro** piratage de compte signalé grâce aux clés de sécurité.
- Prévention des menaces grâce aux outils de sécurité proactive optimisés par l'IA de Google.

* Source : https://workspace.google.com/customers/nielsen.html
** Source : https://workspace.google.com/intl/en/terms/sla.html
☼ Source : https://security.googleblog.com/2017/05/protecting-you-against-phishing.html
☼☼ Source : https://cloud.google.com/blog/products/identity-security/beyond-passwords-a-roadmap-for-enhanced-user-security

Google Workspace

Confidentiel et propriété de Google

Messages court, moyen et long

Court

Tous les outils dont vous avez besoin pour être productif, désormais regroupés dans une seule solution : découvrez Google Workspace.

Moyen

Tous les outils dont vous avez besoin pour être productif, désormais regroupés dans une seule solution : découvrez Google Workspace. Que vous travailliez depuis chez vous, au bureau ou en classe, ils vous aident à créer, à communiquer et à collaborer. Grâce à ces outils familiers, vous évitez les distractions et disposez de plus de temps pour faire ce que vous avez à faire.

Long

Tous les outils dont vous avez besoin pour être productif, désormais regroupés dans une seule solution : découvrez Google Workspace. Que vous travailliez depuis chez vous, au bureau ou en classe, ils vous aident à créer, à communiquer et à collaborer. Google Workspace rassemble simplement des programmes de messagerie, de conférence, d'édition de documents et de création de tâches dans une solution dotée de fonctions de sécurité Google approuvées et fonctionnant sur l'environnement cloud mondial le plus écologique. Grâce à ces outils familiers, vous évitez les distractions et disposez de plus de temps pour faire ce que vous avez à faire.

Confidentiel et propriété de Google

Consignes et règles relatives au contenu promotionnel

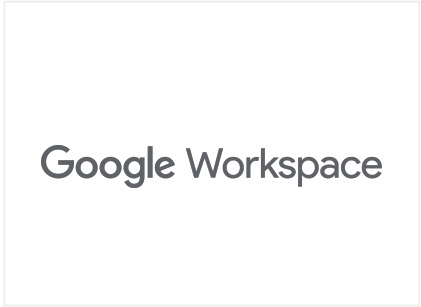
Confidentiel et propriété de Google

Utilisation des logos



Le logo principal en couleur doit être utilisé chaque fois que possible. Il s'agit de l'élément de marque principal. La marque verbale principale combine le nom du produit et les couleurs de Google.

Élément de marque par défaut
Navigation Web
Essentiellement dans les applications d'impression et d'affichage



Logo secondaire à utiliser sur les fonds clairs lorsque le logo principal en couleur n'est pas nécessaire.

Essentiellement dans les applications d'impression et d'affichage



Logo secondaire à utiliser sur les fonds sombres lorsque le logo principal en couleur n'est pas nécessaire.

Essentiellement dans les applications d'impression et d'affichage



Utilisez l'icône Super G lorsque vous n'avez pas assez de place pour mentionner la marque verbale Google Workspace dans son intégralité. Utilisez-la toujours en association avec Google Workspace dans le texte.

Favicon Web
Avatar sur les réseaux sociaux
Centre d'assistance
Aperçu d'une recherche

Confidentiel et propriété de Google

Icônes et logos complets des produits



Gmail



Agenda



Drive



Éditeurs



Google Meet**



Docs



Sheets



Slides



Sites



Forms



Keep**



Chat



Voice



Console d'administration



5 logos complets

Actions interdites

Utilisez uniquement les éléments de marque fournis dans le programme sans les modifier. Nos logos complets sont les éléments distinctifs de l'identité de Google Workspace. C'est pourquoi nous nous soucions de la manière dont ils sont utilisés.

Voici des exemples d'utilisations non autorisées de ces logos.



INTERDIT : Modifier **N'IMPORTE LAQUELLE** des couleurs du logo ou de l'icône.



INTERDIT : Redimensionner les éléments individuels d'un logo complet.



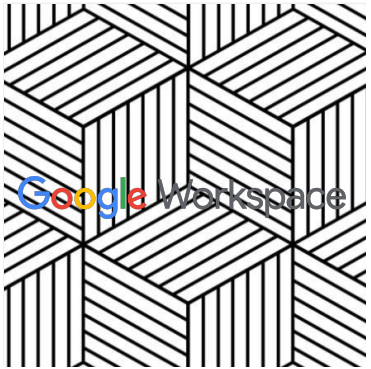
INTERDIT : Utiliser la marque verbale principale en couleur sur un fond qui la rend illisible.



INTERDIT : Utiliser un logo gris sur un fond sombre.



INTERDIT : Apposer le logo sur une photographie.



INTERDIT : Disposer la marque verbale en couleur sur un fond à motifs.

Confidentiel et propriété de Google

Règlement du programme

Confidentiel et propriété de Google

Règlement du programme (1 sur 4)

1. **[Annonces associées à des liens commerciaux]** Les remises supérieures à 10 % ne doivent pas figurer dans les annonces associées à des liens commerciaux. Ces annonces doivent avant tout promouvoir les avantages du produit, et non de l'offre.
    a. Action autorisée : Diffuser une annonce associée à des liens commerciaux qui mette en avant les avantages du produit et ne mentionne l'offre qu'en second lieu.
        i. Exemple de message : Bénéficiez de tous les outils dont vous avez besoin pour gérer votre activité où que vous soyez. La solution inclut une messagerie professionnelle, un stockage en ligne, une application de visioconférence et bien d'autres fonctionnalités. Profitez d'une remise de 10 % sur votre première année d'abonnement pour bien démarrer.
    b. Action autorisée : Diffuser une annonce associée à des liens commerciaux dès lors qu'elle respecte nos règles relatives aux liens commerciaux. Cette annonce doit rediriger l'utilisateur vers un article qui met en avant Google Workspace (d'une manière conforme à la section "Ton du contenu" du présent règlement) sur votre site approuvé. Une remise peut alors figurer dans l'article.
    c. Action autorisée : Étendre la portée des articles concernant Google Workspace qui ne mentionnent pas de remises.
    d. Action interdite : Diffuser une annonce associée à des liens commerciaux qui fasse la promotion d'une offre temporaire supérieure à 10 % (par exemple, ne faites pas de publicité pour une réduction de 20 % sur la première année d'abonnement à Google Workspace).
2. **[Réseaux sociaux]** Il est interdit de promouvoir Google Workspace sur les réseaux sociaux, à moins que Google ne vous y autorise de manière exceptionnelle. Dans ce cas, vous ne pouvez pas mettre directement en avant la marque Google ni les liens d'affiliation dans le post. Vous pouvez, en revanche, rediriger le trafic vers les pages de votre site présentant Google Workspace.
    a. Action autorisée : Rediriger le trafic vers votre site, ou vers les pages ou le contenu de votre site qui parlent de Google Workspace, sans mentionner la marque Google dans le post diffusé sur les réseaux sociaux.
        i. Exemple : Post diffusé sur les réseaux sociaux : *"Découvrez les outils qui vous aideront à démarrer votre activité"*. Ce post contient un lien vers un article de votre site Web intitulé : *"Google Workspace et ses outils de productivité cloud performants vous aident à démarrer et à gérer votre activité."*
    b. Action interdite : Faire figurer votre lien d'affiliation directement sur le compte du réseau social, ou promouvoir la marque Google (textuellement ou visuellement).

Confidentiel et propriété de Google

Règlement du programme (2 sur 4)

3. **[Ton du contenu]** Toutes les promotions ou tous les contenus portant sur Google Workspace doivent en premier lieu mettre en avant les avantages du produit, et non de l'offre.
    a. **Titres du contenu ou des pages :** Le titre principal ne doit pas promouvoir une offre spéciale ni indiquer de pourcentage de remise.
        i. Action autorisée : "Bénéficiez de Google Workspace, la meilleure solution de productivité qui soit pour votre start-up (ainsi que d'un code pour réaliser des économies !)"
        ii. Action interdite : "Remise de 20 % sur Google Workspace, la meilleure solution de productivité qui soit pour votre start-up"
    b. **Texte :** Le texte ne doit pas mettre en priorité l'accent sur l'offre Google Workspace. Il doit présenter les fonctionnalités et les avantages du produit, et donner des exemples d'utilisation. Mentionnez l'offre dans le cadre d'une incitation à l'action.
        i. Action autorisée : Présenter les fonctionnalités et des exemples d'utilisation de Google Workspace.
        ii. Action interdite : Faire directement la promotion de l'offre, ou mentionner l'offre à plusieurs reprises.
    c. **Images et bannières :** Utilisez uniquement les éléments de marque fournis dans le programme. Ne créez pas de nouvelles images pour représenter l'offre.
        i. Action autorisée : Utiliser les éléments d'image pré-approuvés qui mettent l'accent sur le produit, et non sur l'offre.
        ii. Action interdite : Créer votre propre image mettant en avant l'offre du produit.
4. **[Divulgation]** Tout site contenant des liens d'affiliation Google Workspace doit également comporter une déclaration de divulgation spécifiant que vous pouvez tirer profit des ventes générées par ces liens.
    a. Exemple de déclaration : "Notez que nous pouvons percevoir une compensation lorsque vous cliquez sur nos liens et effectuez des achats."
5. **[Distribution du code]** Les codes promotionnels ne doivent pas figurer sur des sites visibles en mode public. Ils doivent être distribués au cas par cas.
    a. Action autorisée : Créer votre propre contenu en y insérant votre lien de parrainage ainsi que des instructions sur la manière de recevoir un code promotionnel.
    b. Action autorisée : Envoyer un code par e-mail à chaque utilisateur en privé, ou par l'intermédiaire d'un bouton, et limiter le nombre de bons de réduction par personne.
    c. Action interdite : Inclure votre code promotionnel dans un commentaire laissé sur votre article de blog ou celui d'un autre utilisateur.
    d. Action interdite : Inclure votre code promotionnel dans un commentaire laissé dans votre post sur un réseau social ou celui d'une autre personne.
    e. Action interdite : Publier des listes de codes promotionnels sur votre site ou tout autre emplacement (forums, blogs, etc.).

Confidentiel et propriété de Google

Règlement du programme (3 sur 4)

6. **[Clarté du message de l'offre]** Assurez-vous que les offres arrivées à expiration sont clairement indiquées comme telles, ou qu'elles sont supprimées de votre site. Ne rédigez pas l'offre d'une manière qui puisse prêter à confusion. Les affiliés ne sont pas autorisés à faire des remises supérieures à l'offre officiellement approuvée et fournie par Google par le biais de codes promotionnels individuels.
    a. Action autorisée : Proposer une réduction de 10 % dans un article présentant les fonctionnalités et des exemples d'utilisation de Google Workspace, dès lors que l'offre est valide.
    b. Action autorisée : Mettre à jour tout contenu proposant une offre existante si celle-ci est modifiée ou arrivée à expiration, et supprimer les références aux anciennes offres ou indiquer clairement qu'elles ne sont plus valables.
    c. Action interdite : Proposer une remise plus importante nécessitant de combiner des offres et/ou des modifications de forfait (mise à niveau ou retour à une version antérieure).
    d. Action interdite : Maintenir la promotion active alors que l'offre a expiré, même s'il s'agit de remises plus élevées que les offres en cours.
7. **[Limites associées au contenu de l'offre]** Les contenus promouvant une offre ne doivent pas indiquer que celle-ci est réservée aux comptes de plus de 100 utilisateurs. Ils doivent mentionner clairement les limites associées, comme la date d'expiration, les forfaits éligibles et tout autre critère spécifié par Google.
    a. Action autorisée : Exposer toutes les limites de l'offre, par exemple "L'offre s'applique uniquement à la première année d'abonnement à Google Workspace Business Starter. Elle expire le 15 décembre 2019."
    b. Action interdite : Indiquer que l'offre est réservée aux comptes comprenant un grand nombre d'utilisateurs, par exemple, "Les comptes comportant jusqu'à 300 utilisateurs peuvent bénéficier d'une réduction".
8. **[Visibilité de l'offre de réduction]** Si vous êtes autorisé à proposer une remise supérieure à 20 % sur la première année, cette remise (par exemple, "25 %") ne doit être mentionnée que sur un site avec accès contrôlé (sites/pages nécessitant une connexion), et non visible par tous les internautes. Des exceptions peuvent être accordées au cas par cas, après examen et approbation par Google.
    a. Action autorisée : Faire la promotion d'une remise pour Google Workspace sur votre site public approuvé, sans en spécifier le montant.
    Exemple : "Remise spéciale sur les forfaits Google Workspace disponible pour les participants au programme [insérer le nom de votre programme]. Connectez-vous pour en savoir plus."

Confidentiel et propriété de Google

Règlement du programme (4 sur 4)

9. **[Promotion dans le cadre du programme de parrainage vs programme d'affiliation]** Les membres du programme d'affiliation Google Workspace ne sont pas autorisés à promouvoir des liens ou des codes promotionnels associés au programme de parrainage Google Workspace.
    a. Les affiliés précédemment membres du programme de parrainage doivent supprimer tous les liens s'y rapportant et les remplacer par des liens du programme d'affiliation.
    b. S'ils avaient distribué des codes promotionnels dans le cadre du programme de parrainage, ils doivent les supprimer. Les affiliés doivent obtenir l'approbation de l'équipe CJ pour distribuer des codes dans le cadre du programme d'affiliation.
10. **[E-mail]** La promotion de Google Workspace par e-mail n'est pas autorisée, sauf exception (autorisation de Google).

Confidentiel et propriété de Google

Merci !