

Devenir un partenaire de distribution Google

Si vous représentez des éditeurs et que vous souhaitez devenir un Partenaire agréé pour les éditeurs, vous devez d'abord devenir un partenaire de distribution Google. Les partenaires de distribution Google aident leurs clients à tirer pleinement parti des produits publicitaires de Google. En rejoignant notre programme destiné aux partenaires, vous profiterez d'un accès exclusif à divers avantages Google qui vous aideront à développer vos activités de soutien aux créateurs de contenu. Vous ne savez pas par où commencer ?

1

[Inscrivez-vous](#) en ligne pour devenir partenaire de distribution.

2

Notre équipe devrait examiner votre demande d'inscription et vous communiquer notre décision dans un délai de trois à quatre semaines. Ce délai peut varier en fonction des disponibilités.

4

À la fin de la période d'essai, vous deviendrez partenaire de distribution, et votre responsable vous enverra régulièrement des informations sur vos performances.

3

Si votre demande d'inscription est approuvée, vous participerez à une période d'essai de 6 à 12 mois.

5

Si au bout d'un an vos performances sont satisfaisantes, votre responsable pourra vous aider à devenir Partenaire agréé Google pour les éditeurs.

S'inscrire

Remplissez-vous les conditions suivantes ?

- Vous êtes déterminé à aider les créateurs de contenu à exploiter pleinement leur potentiel.
- Vous connaissez les solutions Google pour les éditeurs, et vous souhaitez être formé et certifié.
- Vous contribuez à préserver un écosystème publicitaire sain.
- Les services, produits et technologies que vous fournissez mènent les éditeurs sur le chemin de la réussite.

Si vous remplissez ces conditions, [inscrivez-vous](#) dès maintenant pour devenir un partenaire de distribution.



Avantages

- Monétisez des inventaires tiers à l'aide des fonctionnalités du produit.
- Profitez individuellement de l'encadrement et des conseils d'un responsable.
- Obtenez des rapports d'optimisation des performances personnalisés.
- Accédez à des événements sur invitation réservés aux partenaires.



Exigences

- Vous devez fournir un service à valeur ajoutée clair aux éditeurs.
- Vous devez donner la priorité à la croissance de vos éditeurs.
- Vous devez consacrer du temps à vous familiariser avec les produits Google.
- Vous devez maintenir des seuils de paiement minimaux.