

WEB PRATIQUE

Recherche : et si on faisait Bing ?

Vous en avez assez de l'hégémonie du moteur Google ou voulez simplement varier vos habitudes ? Pourquoi ne pas essayer le moteur de recherche Bing qui a grignoté 30 % de parts de marché aux États-Unis



Derrière cette onomatopée se cache le moteur de recherche d'un autre géant (Microsoft). Bing s'appelait antérieurement Windows live Search. Il est donc intégré aux portails maison (MSN et Windows Live) et depuis peu, il motorise aussi le moteur de Yahoo (mais de façon invisible).

Une interface copiée sur Google ?

À part une image de fond qui change chaque jour, on retrouve une interface assez dépouillée qui ressemble à celle de Google. Cette image en filigrane (toujours très réussie) donne une note moins aseptisée que Google mais c'est une question de goût. Comme dans Google, outre la recherche de pages web, quatre onglets permettent d'avoir accès à des options telles que la recherche d'images ou de vidéos mais aussi à un item « shopping » et à des cartes avec calcul d'itinéraires.

Le point fort, la personnalisation

Pour permettre une plus grande adaptation à la personne (et cela est bien indiqué dans les conditions d'utilisation), Bing récupère votre adresse IP ce qui lui permet de vous localiser et donc de fournir des résultats « géolocalisés » ; si on recherche un appareil photo, le moteur de recherche vous fournit aussi une liste de magasins d'appareils photos près de chez vous. Si vous tapez l'acronyme d'une société, Bing ne placera pas en premier le nom d'une entreprise étrangère, ce qui est plutôt bien vu.

Bing vous propose de ré-orienter vos recherches en proposant sur la gauche des thèmes voisins : bien utile quand les résultats vous déçoivent et Bing, enfin, affiche aussi vos dernières requêtes dans la partie gauche de l'écran. Ce qui permet de les réutiliser ; c'est bien pensé et très pratique.

La conservation des recherches antérieures sous forme de cookies sur votre disque dur permet à Bing de déduire une partie de vos habitudes et/ou de vos points d'intérêt de façon à mieux cibler les résultats pour vos recherches. Revers de la médaille, toutes ces données sont probablement rapatriées sur les serveurs de Bing. La confidentialité sera-t-elle respectée ?

Partenariats locaux et médias français

Pour apporter une plus-value par rapport à Google, Bing France a misé sur des partenariats locaux pour apporter une information de proximité. Des accords ont été passés avec les Pages Jaunes. Ainsi une requête sur les pizzerias d'une ville affiche aussi des plans avec localisation de ces commerces et indication du numéro de téléphone. Un autre partenariat avec Allociné permet l'accès à sa base de données de films et de bandes annonces pour des résultats plus aboutis.

Comme Bing est capable de vous géo-localiser, on comprend mieux l'intérêt des partenariats locaux... Car Bing va pouvoir, en tant « qu'apporteur d'affaire », monnayer plus cher ces clics à forte valeur ajoutée !

Un autre partenariat, particulièrement apprécié par les journaux, a été signé avec le nouveau GIE e-Presse (Le Point, Le Nouvel Observateur, Le Parisien, L'Express, Le Figaro, Libération, L'Équipe et Les Échos), pour intégrer de façon privilégiée dans Bing les articles de ces revues. Bing entend contrer Google Actualités qui en est réduit à « éplucher » en permanence les sites de presse, ce qui nécessite de gros moyens.

Un partenariat avec la Direction générale de la modernisation de l'État (DGME) rendra le référencement des sites de l'État plus présent dans Bing, et donc l'info institutionnelle plus visible.

Un moteur de décision

Bing a essayé d'intégrer l'utilisation d'Internet dans la vie quotidienne (achat, voyage) et se positionne comme un véritable « moteur de décision » grâce, selon Microsoft, à un algorithme nouvelle formule.

Le concept marketing est adroit, mais en pratique le moteur classe les résultats par « catégories » ce qui guide le surfeur avant même qu'il ne clique sur un résultat.

Au total

Contre Google, il fallait oser et le résultat est assez convaincant. Bing n'arrivera probablement pas à détrôner Google, mais avec sa part de marché actuelle en France de 3 % (30 % aux USA), il y a une grosse marge de progression. Entre les deux mastodontes financiers, Google et Microsoft, à vous de choisir !

Dr Gilles Perrin

www.bing.com

Informatique et Web du 30/03/2011