

Amazon centralise les paiements à la façon PayPal

Coup dur pour PayPal, aujourd'hui attaqué de front par son compatriote Amazon. Le géant américain du e-commerce vient en effet **d'enrichir sa solution de paiement en ligne**.

Jusqu'alors, Amazon Payments permettait l'achat (ou la vente) de biens sur des sites tiers. Aujourd'hui, une autre option vise spécifiquement **les paiements récurrents**, par exemple ceux liés à des **abonnements** ou à des **souscriptions**. Notez que cette fonctionnalité n'est pour le moment accessible qu'aux **États-Unis**.

Petit à petit, la firme aligne donc son offre sur celle de PayPal. Seuls manquent encore à l'appel les micropaiements... ainsi qu'une meilleure couverture à l'international. Un des avantages clés de l'offre de PayPal.

244 millions d'utilisateurs potentiels

À ce jour, Amazon dénombre plus de **244 millions de comptes clients**. Autant d'utilisateurs potentiels de ses solutions de paiement. La firme a donc la capacité de dépasser PayPal, qui n'enregistre pour sa part 'que' 143 millions de comptes actifs.

Toutefois, une base client ne garantit pas toujours le succès. On notera ainsi l'échec de Google dans le monde du paiement en ligne avec son offre **Checkout**, aujourd'hui abandonnée, et le demi-succès de Wallet, solution de paiement mobile. Et pourtant les abonnés aux services en ligne de Google se comptent par centaines de millions...

Crédit photo : © Rrraum - Shutterstock

Voir aussi

[Quiz Silicon.fr - 10 questions sur le géant du web Amazon](#)