

Bing aime Facebook

« Différentes études montrent que 90 % des gens sur le point de faire un achat demandent conseil à leur famille et amis, explique Yusuf Mehdi, vice-président de Microsoft. Le 'friend effect' est primordial dans la majorité de nos prises de décisions plus que les informations objectives sur un produit car les gens se sentent en confiance et rassurés par leur cercle d'amis. ». Autrement dit, Facebook s'avèrerait de plus en plus incontournable dans la prise de décision.

Un phénomène qui intéresse particulièrement Microsoft dans le cadre des [multiples accords](#) passés entre le premier réseau social et le moteur de recherche de Redmond. Conséquence, Bing va intégrer de plus en plus d'informations glanées sur Facebook afin de rassurer l'utilisateur et de lui donner des résultats qui lui correspondent mieux, rapporte [l'Espresso.fr](#).

Concrètement, cela se manifestera par la présence des icônes représentant un pouce levé caractéristiques de Facebook sous les résultats d'une recherche. Les photos du profil et le nom du contact sur Facebook apparaîtront « afin d'offrir une garantie visuelle et virtuelle de la part de votre cercle d'amis ». Autre exemple: si un internaute recherche une recette de cuisine, Bing listera les recettes favorites de son réseau d'amis dans ses résultats. Ou encore, si un utilisateur recherche le terme « Avis » dans Bing, le moteur de recherche listera les commentaires parus sur Facebook sur l'entreprise de location de voitures.

Autre nouveauté importante : Bing adapte les résultats d'une recherche en fonction des goûts de son réseau de contacts sur Facebook. Mais le moteur de recherche de Microsoft va au-delà des informations liées à un seul profil. Bing souhaite s'appuyer sur ce qu'il appelle le « QI collectif » du Web. Autrement dit, il prend en compte les goûts de l'ensemble des utilisateurs de Facebook dans ses résultats de recherche.

Cette nouvelle intégration sur Bing est clairement un pied de nez à Google. Si ce dernier prend également en compte des données sociales dans ses résultats de recherche avec son [système de recommandation '+1'](#) lancé en mars. Mais en intégrant les informations de Facebook, Bing saute un cran plus haut. L'exploitation des contenus de Facebook révélera suffisamment pertinente pour permettre à Bing de gagner des points face à son éternel rival sur le marché de la recherche en ligne.