

# Google dévoile 'Checkout', plate-forme de paiement en ligne

Comme nous vous le révélions ce mercredi, la plate-forme de paiement en ligne de Google n'a pas été baptisée Gbuy ou Wallet mais

**Checkout.** D'autre part, elle ne vient pas concurrencer directement PayPal car elle s'adresse d'abord aux cybermarchands (B2C) et annonceurs sur AdWords qui pourront étoffer leurs liens sponsorisés avec cette nouvelle fonction. Il ne s'agit pas (encore) d'un moyen de paiement interpersonnel (C2C). Explications. Google Checkout est une plate-forme de paiement unifiée permettant l'achat en ligne sécurisé. Les cybermarchands adhérents (seulement américains pour le moment) seront identifiables par un petit icône en forme de charriot, visible à côté du lien présent dans le moteur de recherche de Google. Lorsqu'un internaute décide d'acheter dans une cyberboutique partenaire, il pourra être renvoyé vers Google Checkout pour effectuer la transaction sécurisée. Google suit ainsi l'internaute de la recherche, vers le site marchand, et jusqu'au paiement final. « *Nous aidons nos utilisateurs à compléter tout le cycle allant de la recherche à l'achat* », explique Salar Kamangar, Vice President of Product Management pour Google dans un communiqué. Pour le cybermarchand, l'avantage est multiple. Avec le système de paiement sécurisé, il multiplie son attractivité. Surtout, il pourra mentionner sa compatibilité avec Checkout par la présence d'un logo dans les liens sponsorisés qu'il achète à Google. Histoire de se différencier de la concurrence. Pour Google, Checkout représente surtout un nouveau levier de croissance pour son offre Adwords. Par ailleurs, le moteur facture 2% du montant de la transaction plus 0,20 dollar. Et cerise sur le gâteau, pour les annonceurs AdWords, chaque dollar dépensé en liens sponsorisés avec logo Checkout rapportera 10 dollars d'exemption de charges sur les achats des internautes.