

# Google Maps professionnalise sa géolocalisation

Au même titre que le télétravail, **la géolocalisation des salariés en déplacement** revêt une dimension toujours plus stratégique à mesure que les technologies de communication redéfinissent l'environnement professionnel au gré d'un concept : la mobilité.

En ce sens, **Google** enrichit son écosystème de cartographie Maps avec le service **Coordinate**, qui offre aux entreprises une visibilité accrue sur leurs collaborateurs en déplacement, via leurs smartphones configurés au préalable. La position des terminaux est communiquée en temps réel à un serveur central via l'outil Google Latitude. Les décideurs peuvent donc flexibiliser les compétences à disposition en influant sur le trajet et les ordres de mission de l'un ou l'autre des salariés.

Une fois ce pont établi, la transmission des informations est bidirectionnelle, à savoir que les techniciens eux-mêmes ont la possibilité d'interagir avec le système, pour signaler une tâche comme accomplie ou déterminer quels collègues se trouvent à proximité. Cet ensemble conçu pour s'intégrer au sein des solutions Enterprise Maps et Earth repose sur l'infrastructure cloud de Google et gère ainsi les éventuels conflits, permettant également aux entreprises d'ajouter sur les cartes leurs propres points d'intérêt.

## Un pan de monétisation

Jusqu'au premier septembre 2012, le prix d'appel est fixé à 15 dollars HT (environ 14,50 euros TTC) par an et par personne. Une nouvelle source de revenus pour Google, qui a déjà mis un terme à la gratuité des API de Maps. Les tiers qui implémenteront l'outil sur leurs sites devront s'acquitter d'une taxe au-delà des 25 000 affichages quotidiens, en l'occurrence un surcoût de 4 dollars toutes les 1000 visites supplémentaires. Une licence illimitée est disponible pour 10 000 dollars annuels.

Si la pertinence d'une telle solution peut demeurer discutable tant elle reste dépendante de la qualité des réseaux mobiles, sa richesse ne fait guère de doute, Google ayant récemment ouvert sa cartographie à la 3D, à la consultation hors ligne et à la dimension sémantique du Knowledge Graph, déjà en vigueur dans le moteur de recherche. Les innovations se sont succédé depuis le début de l'année, avec notamment l'introduction de Public Alerts, composante de référencement des phénomènes météorologiques.