

Google multiplie ses offres business

L'activité '*business*' (entreprises) de Google reste encore marginale. De ses appliances à son offre gratuite – sous réserve de publier ses publicités -, le chiffre d'affaires de cette activité de moteur de recherche pour les entreprises peine à dépasser le 1 % des activités du groupe (22 milliards de dollars de revenu global depuis que le groupe est entré en Bourse).

Toujours à la recherche de nouveaux moteurs de croissance, Google va une nouvelle fois tenter d'augmenter ses revenus à partir de son activité traditionnelle. Il va proposer ses services de recherche aux sites des petites entreprises, avec une nouvelle offre : ***Custom Search Business Edition***.

Pour une PME qui n'indexera pas plus de 5.000 pages web, il en coûtera annuellement 100 dollars. Jusqu'à 50.000 pages web, le prix du service passe à 500 dollars par an.

En plus de la recherche, *Custom Search Business Edition* bloque les publicités de Google, les liens sponsorisés qui figurent généralement parmi les premiers résultats affichés par le moteur dans sa version gratuite.

Pour les entreprises qui souhaitent exploiter la technologie de recherche de Google, l'offre du moteur se présente donc avec une offre gratuite, moyennant l'affichage des pubs, et une offre payante sans pub. Ces deux offres s'installent très simplement dans le code des pages web d'un site à l'aide de procédures en ligne.

Puis, pour les entreprises qui traitent de gros volumes d'indexation privée ou de requêtes, le moteur propose ses appliances dont le prix varie selon les volumes et la qualité des itérations, de 1.995 à plusieurs centaines de milliers de dollars.