

Google introduit les requêtes en langage naturel dans son Cloud Search

Fort de son appétence pour les technologies IA (en particulier le machine learning), **Google** élargit ses fonctions de requêtes à son moteur par langage naturel à ses outils de recherche dédiés aux entreprises.

Une extension qui devrait faciliter la tâche de ses clients BtoB en effectuant des recherches dans ses propres ressources de connaissances : documentation, archive e-mails, bases de données, et autres sources de données diverses.

La jonction est réalisée à travers le module de recherche **Cloud Search**. L'ex-Springboard, introduit en février, est désormais disponible sur G Suite du nom de son package d'apps de productivité.

La gamme est déclinée en deux offres en fonction de la taille de l'organisation : G Suite Enterprise et G Suite Business orientée PME.

« Ce sera plus facile de trouver l'information à partir de son espace de travail en utilisant le langage de tous les jours », évoque Albert Orriols Puig, ingénieur logiciel pour G Suite, dans une [contribution blog officielle](#) en date du 19 septembre.

Selon le cabinet d'études Gartner, 30% des requêtes d'information en entreprise sont formulées en langage naturel sous forme de questions basiques du type « que », « qui », « comment » ou « quand ».

L'introduction de processus de langage naturel (natural language processing ou NLP en anglais) devrait améliorer la productivité des collaborateurs en entreprise.

Sachant que des éditeurs concurrents développent des technologies visant aussi à affiner la pertinence de recherche d'information.

Forrester, un autre cabinet d'études, prend comme référence Coveo, Attivio, Hewlett Packard Enterprise (HPE), IBM ou Squirro.

Mais des start-up avancent aussi de leur côté pour proposer des fonctions de recherche poussées dans les apps comme la française Algolia qui a réalisé une jolie levée de fonds de 53 millions de dollars en juin ([voir article sur ITespresso.fr](#)).

Mais, en matière de « search », l'influence de Google est incontestable. La firme de Mountain View devrait conserver cet avantage compétitif en ouvrant ses technologies NLP associées à G Suite à des apps tierces. Ce qui devrait susciter un certain trouble sur ce segment de marché.