

# Google se lancerait dans l'analyse publicitaire

Le moteur de recherche serait sur le point de présenter un nouveau service capable d'aider les publicitaires à mieux atteindre leurs cibles. Intox ou nouvelle arme du tentaculaire Google ?

Le service a pourtant un objectif clair : investir le marché porteur de l'analyse publicitaire dominé aujourd'hui par des groupes comme Comscore, Nielsen ou encore Webtrends. Le programme permettrait aux publicitaires de mieux cibler leurs clients et consommateurs en fonction de leurs modes de navigation et leurs comportements sur un site.

L'information révélée par le *Wall Street Journal* cette semaine indique que ce service serait capable de trouver quels sont les meilleurs emplacements publicitaires à acheter en fonction de la fréquentation d'un site. Ainsi il permet d'analyser les parties d'un site les plus visités par un public ciblé. Sur la forme rien de bien nouveau puisque ComScore et Nielsen Online disposent déjà de programmes similaires permettant l'accès à des données sur l'utilisation du Net.

L'arrivée de l'ogre Google pourrait néanmoins bousculer les équilibres du marché en combinant son offre publicitaire et son offre d'analyse. D'autant que selon ces mêmes sources, les renseignements recueillis par Google seraient plus complets que ceux de la concurrence. Basées sur des informations provenant directement des serveurs Web et non plus par le biais de sondages ou de panels représentatifs.

Le « petit plus » de la firme californienne, capable de faire sérieusement douter la concurrence ? **Le service serait totalement gratuit.** Cette stratégie, désormais chère à la firme, pourrait donc se développer sur ce marché où les études sont vendues à prix d'or

Difficile donc de faire la différence entre un coup de stratégie marketing ou une vraie information. Néanmoins la Bourse américaine a fortement réagi en apprenant la nouvelle, le titre ComScore a chuté de 6 % à la clôture ce lundi soir.