

Microsoft Live Search Cashback séduit les analystes

La dernière offensive de Microsoft pour combler le fossé abyssal qui le sépare de Google dans le secteur de la recherche en ligne semble convaincre. L'éditeur vient en effet de lancer Live Search Cashback, un dispositif qui rémunérera les internautes qui achètent des produits en passant par son moteur.

L'argent récolté, une sorte de commission basée sur le prix du produit, serait versé par chèque ou sur un compte PayPal à partir de 5 dollars dépensés. Le système est accessible aux États-Unis uniquement auprès de 700 cybermarchands.

L'idée a du sens. Aux USA, 68% du commerce de détail en ligne est généré au départ par une requête sur un moteur de recherche. Outre-Atlantique, le e-commerce devrait générer 335 milliards de dollars en 2012.

Du coup, les analystes semblent convaincus par l'initiative de Redmond. Selon Susan Feldman et Caroline Dangson, analystes pour le cabinet d'études IDC, *« en combinant publicités et reversement d'argent, les annonceurs vont améliorer le taux de conversion chez les internautes. Si ce dispositif ne changera pas immédiatement les comportements, il donne à Microsoft une belle assise dans le commerce en ligne qui pourrait se traduire rapidement par une hausse de la fréquentation de son moteur de recherche »*.

« Par ailleurs, Microsoft pourrait marquer des points face à Google et Yahoo car il pourra fournir aux annonceurs des informations précises sur le comportement et les préférences des internautes qui se sont inscrits au programme Cashback », poursuivent-elles.

Rappelons que la part de marché de Live Search culmine à 10% tandis que Google dépasse les 60% aux États-Unis.