

Yahoo! mise sur la publicité comportementale

Dans le très juteux marché de la publicité en ligne, Yahoo! n'entend pas laisser le gros du gâteau à son ennemi juré Google. Avec un portail de services disposant d'une formidable audience (lire notre encadré), le géant du Web multiplie les outils permettant de mieux la monétiser et séduire les annonceurs.

Outre la nouvelle plate-forme publicitaire Panama, qui va bénéficier de nouveaux algorithmes d'affichage de liens sponsorisés, Yahoo! mise sur la vidéo et développe son offre de ciblage comportemental. L'accent va notamment être mis en France, « *un marché stratégique pour lequel nous visons le leadership* » « , explique Jerry Yang, p-dg du groupe.

Le ciblage comportemental vise à augmenter l'efficacité d'une campagne en étudiant les habitudes des internautes. « *Nous étudions, sur la base des cookies, le surf des internautes sur Yahoo!, les mots clés, les campagnes cliquées. Cela nous permet d'identifier et de profiler les acheteurs* », explique Christophe Parcot, dg France de Yahoo!. En fait, il s'agit de toucher le consommateur au moment où il est le plus réceptif au message qu'on lui envoie.

Le portail met en avant l'efficacité de cette technique. « *Un constructeur auto a lancé une campagne avec ciblage comportemental en septembre. Le taux de clic est trois fois supérieur à celui d'une pub en rotation classique* », affirme le dg.

Pour étoffer son arsenal, Yahoo! rappelle ses dernières acquisitions dans la pub en ligne. « *Le rachat de BlueLithium nous permet d'étendre notre réseau publicitaire autour de Yahoo! et de prendre la tête en Angleterre. Et avec l'acquisition de RightMedia, nous disposons d'un ensemble de puissants outils de monétisation de l'audience* », poursuit Christophe Parcot.

Des chiffres qui donnent le tournis Yahoo! n'est plus, depuis longtemps, le premier moteur de recherche utilisé dans le monde, mais l'audience à ses différents services demeure colossale. Tous services confondus, Yahoo! revendique 500 millions de visiteurs par mois, dont 11 millions pour la France. Yahoo! mail, la deuxième page la plus consultée rassemble 3,4 millions d'utilisateurs en France. Flickr, la plate-forme d'échanges de photos compte 1 milliard d'images en ligne. 1,5 million de photos sont postées chaque jour. Sur Yahoo! Vidéos, 26 millions de vidéos sont 'streamées' chaque mois. Quant à Questions/Réponses, il revendique 90 millions d'utilisateurs dans le monde dont 2 millions en France.