

LE GÉANT GOOGLE

MODÈLE ÉCONOMIQUE ET ÉTHIQUE



LA DIVERSIFICATION DE GOOGLE

ETRE PARTOUT OU NE PAS ÊTRE

LA DIVERSIFICATION DE GOOGLE

- ACQUISITIONS

- Picasa
- You Tube
- Double Click
- Nest Labs

- Développement interne

- Gmail
- Google drive
- Google translation / traduction
- Android
- Chrome
- Google agenda
- Google + (arrêté)
- Google glasses (arrêté)

LES GOOGLE GLASS

Un projet avorté (2012-2015)



<https://youtu.be/4EvNxWhskf8>

LA DIVERSIFICATION DE GOOGLE

Pourquoi?

- **La récolte de données personnelles** (d'individus identifiés)
 - Rendre le moteur de recherche plus performant et attractif (Personnalisation des résultats)
 - Rendre les services de Google plus performants et attractifs (adaptations des services face au comportement des utilisateurs sur le moteur de recherche)
 - **Activités publicitaires** (meilleur ciblage des campagnes publicitaires)



POUR UNE BRÈVE HISTOIRE DE GOOGLE

OU COMMENT GOOGLE EST DEVENU
GRAND

GOOGLE

Une brève présentation

- **4 septembre | 1998:** naissance de Google



Sergueï BRIN



Larry PAGE

Google!

Search the web using Google!

10 results



Google Search

I'm feeling lucky

Index contains ~25 million pages (soon to be much bigger)

About Google!

[Stanford Search](#) [Linux Search](#)

Get Google! updates monthly!

your e-mail

Subscribe

[Archive](#)

Copyright ©1997-8 Stanford University

La première version de Google

GOOGLE

Une brève présentation

- **2000**: apparition de la publicité sur Google
- **Années 2010** (*à partir de 2004*): stratégie de diversification (acquisitions et développement interne)
- **2015**: restructuration de Google et création d'Alphabet



ALPHABET

DEVIENT LA SOCIÉTÉ MÈRE

LA FILIALE GOOGLE

- Filiale = entreprise qui est contrôlée par une autre société dite société mère
- Regroupe le moteur de recherche, l'activité publicitaire, YouTube, Gmail ... (tous les services Internet et applications mobiles)
- Constitue l'essentiel des revenus du groupe Alphabet : le moteur de recherche et l'activité publicitaire reste au cœur de la stratégie de développement du groupe)

ALPHABET

Internet

(Filiale: Google)

Finances

(Filiale : Google Ventures)

Biotechnologies

(Filiale : Calico)

Domotique

(Filiale : Nest)

Infrastructures

(Filiale: Google Fiber)

Recherche avancée

(Filiale : Google Xlab)



GOOGLE ET LA PUB

TU VEUX OU TU VEUX PAS?

LES PREMIÈRES PUB SUR LE WEB



27 octobre 1994

Bannières publicitaires
(souvent intrusives et non pertinentes)

BILL GROSS: LE PRÉCURSEUR



Propose deux solutions pour financer son moteur de recherche, par l'ajout de liens sponsorisés dans la liste des résultats

- L'achat de mots-clés
- La facturation au coût par clic

Ses deux propositions sont alors mal perçues par le secteur de la recherche d'information en ligne et par les agences publicitaires / médias financés par la publicité

AU DÉPART... LA RÉTICENCE

- Au commencement, Google n'a pas encore de modèle économique
- Sergueï Brin et Larry Page annonçaient en 1998 que les concepteurs de technologies « *seraient fortement incités à travailler pour les annonceurs plutôt que pour les besoins de leurs utilisateurs* » en faisant le choix d'un modèle économique basé sur la publicité.

ET PUIS... EN 2002

... ADWORDS (GOOGLE ADS)

- Reprise des principes d'achats de mots-clés et facturation au coût par clic
- Mais ajout d'une **troisième principe** (permettant de contourner les controverses adressées à B. Gross): les liens sponsorisés seront séparés des autres résultats dans des encarts spécifiques (en haut et à droite)

SEPARATION ENTRE LIENS SPONSORISES ET LIENS « NATURELS »

ET PUIS... EN 2002

... ADWORDS (GOOGLE ADS)



- **Achat de mots-clés:**
 - enchères sur mots-clés par annonceurs
 - Si une requête correspond au mot-clé, affichage possible dans liste de résultats
 - Plus un enchère est élevée, plus la possibilité de figurer sur la liste de résultats est accrue
- **Facturation au coût par clic:**
 - Si le lien sponsorisé est cliqué, un revenu est versé par l'annonceur à Google
 - Le montant dépend de l'enchère paramétrée (par annonceur et ses concurrents) et d'un **SCORE de qualité** (défini par Google)
 - Critères et pondération de calcul du score de qualité

recherche sur **Google** et sur **Maps**

https://ads.google.com/intl/fr_fr/home/

ADSENSE

Pour les éditeurs de contenus

The logo for Google AdSense, featuring the word "Google" in its multi-colored font followed by "AdSense" in a grey sans-serif font.

<https://www.google.fr/adsense/start/>

Pour les entreprises et les annonceurs

AD MANAGER

The logo for Google Ad Manager, featuring the word "Google" in its multi-colored font followed by "Ad Manager" in a grey sans-serif font.

<https://admanager.google.com/intl/fr/home/partner-solutions/>

GOOGLE MARKETING PLATFORM

Google Marketing Platform

plate-forme unifiée d'analyse et de publicité
permettant d'optimiser les actions marketing et
d'obtenir de meilleurs résultats

<https://marketingplatform.google.com/about/>

Monétisation des applications par insertion publicités

AD MOB

Google AdMob

<https://admob.google.com/intl/fr/home/>



LE MONOPOLE GOOGLE

UNE PLACE DOMINANTE SOLIDE...
MAIS PROBLÉMATIQUE

LE COÛT D'OPPORTUNITÉ

- Concerne
 - les internautes
 - Les éditeurs
 - Les navigateurs...

LES DONNÉES DES UTILISATEURS

- *Query logs = historique des données de Google depuis 1998*
 - *C'est du lourd, et c'est surtout très précieux!*