

**Pierre Harand (Microsoft) : "nous nous donnons 12 mois pour faire de Bing un outil de recherche majeur en France"**

[Retour au sommaire de la lettre](#)

<b>Domaine :</b>	<b>Recherche</b>	Référencement
<b>Niveau :</b>	<b>Pour tous</b>	Avancé

*C'est donc le 1er juin que Bing, le nouveau moteur de recherche de Microsoft, a été dévoilé. La version américaine de l'outil propose actuellement plusieurs fonctionnalités intéressantes, non encore disponibles en France. Nous avons demandé à Pierre Harand, Directeur des services Internet Grand Public chez Microsoft France, de nous expliquer la stratégie de lancement de ce nouveau moteur et de nous commenter ses fonctionnalités, avant de les voir faire leur apparition en France...*

**Pierre Harand** est Directeur des services Internet Grand Public chez Microsoft France. Nous avons déjà eu l'occasion de l'interviewer en février dernier, dans cette même lettre, à l'occasion de la sortie du moteur de recherche vidéo (qui s'appelait encore, à cette époque, "Live Search"). Depuis, Microsoft a sorti **Bing** (<http://www.bing.com/>), une nouvelle version de son outil de recherche, que nous évoquions déjà à demi-mot en début d'année. Une bonne occasion, donc, de reprendre contact avec Pierre Harand afin de faire le point sur la stratégie de Microsoft autour de ce nouveau moteur...



***Pierre Harand, merci de répondre à nouveau à nos questions. Nul n'a pu ignorer, dans le microcosme des moteurs de recherche, le lancement de Bing, il y a quelques jours de cela. Pourquoi avoir changé le nom de votre moteur ?***

C'est en effet une question très importante. Pour information, le nom de "Kumo" a bien existé, mais il désignait uniquement notre version de test en interne, comme il a été dit dans les "rumeurs" qu'on a pu lire dans la presse.

Le changement de nom est purement marketing mais il est capital pour nous. Il s'avère en effet que la recherche sur le Web est un point d'entrée incontournable pour tout internaute. Des études (source Microsoft) indiquent le chiffre hallucinant de 100 000 % de croissance en 12 ans en ce qui concerne la disponibilité de l'information en ligne. Les données sont aujourd'hui disponibles, à notre portée, mais nous avons tous besoin d'outils performants pour y accéder. A l'heure actuelle, un acteur, Google en l'occurrence, occupe une place importante et, pour le concurrencer, il est nécessaire de changer les habitudes. Pour cela, il faut innover et dépoussiérer la recherche d'information. Il est également nécessaire d'avoir une marque forte.

Or, si nous prenons notre portefeuille de marques chez Microsoft, nous n'avons longtemps eu qu'une seule marque grand public : "MSN". Puis nous avons lancé une suite de services nommée "Live". Il nous a semblé important d'évoluer vers une nouvelle diversification de ces marques, cette fois en trois domaines :

- "MSN" décrit le portail Web et ses services en ligne (actualité, météo, horoscope, etc.).
- "Live" propose des outils de communication proprement dit.
- "Bing" est maintenant la marque qui correspond à tous nos services de recherche.

Les choses nous semblent plus claires ainsi, en "extrayant" Bing de la suite d'outils Live.

*NDLR : c'est certainement l'une des erreurs stratégiques de Yahoo! (ça n'a pas été la seule, hélas...) de ne pas avoir donné, à l'époque, un nom spécifique à leur outil de recherche. D'autant plus dommage qu'ils détenaient des noms à forte notoriété comme Altavista, voire Alltheweb...*

### Est-ce une refonte totale du moteur ou un réhabillage de Live ?

Ni l'un, ni l'autre et un peu des deux... En fait, nous ne sommes pas repartis de zéro, car il y avait un noyau tout à fait valable déjà disponible. Toute la partie d'indexation a été gardée bien qu'améliorée. Nous avons surtout ajouté une couche d'innovation et de services aux internautes par-dessus ce noyau. L'idée principale était de créer un "moteur de décision" pour répondre à des besoins évolutifs des gens en fonction de leurs demandes, sur trois aspects :

- La pertinence et la qualité des résultats.
- Une expérience utilisateur plus organisée dans les résultats fournis.
- Des outils d'aide à la décision.

### Commençons par le premier point, la qualité et la pertinence des résultats...

L'essentiel, bien sûr, est d'avoir un bon index de départ et des algorithmes de qualité. Mais, sur ce point, les trois acteurs majeurs sont assez proches, plusieurs études le montrent. Ce constat se base notamment sur nos mesures internes de pertinence, mais que nous ne rendons pas publiques. Elles se basent sur des échantillons statistiques de requêtes d'internautes prises au hasard. Ce n'est pas obligatoirement sur ce point que se fait actuellement la différenciation d'un outil à l'autre. Le problème majeur est que, selon là aussi plusieurs études (source: *Microsoft Analysis of Industry Data*) seule une recherche sur quatre seulement donne satisfaction aux internautes. Il faut donc trouver d'autres voies pour mieux répondre aux attentes de nos utilisateurs.

Le nouveau Bing (il est à noter que la majeure partie des innovations actuellement proposées sont accessibles uniquement sur le site américain de Bing) apporte par exemple deux solutions dans cette voie :

- Les "réponses instantanées" en début de liste sur certaines requêtes populaires. Exemple pour la requête "lakers" :

The screenshot shows a Bing search page for the query "lakers". At the top, there are navigation tabs for Web, Images, Videos, Shopping, News, Maps, More, MSN, and Windows Live. The search bar contains "lakers" and shows "1-20 of 6,950,000 results".

**LAKERS**

- Rumors
- Schedule
- Tickets
- Merchandise
- Cheerleaders
- News

**ALL RESULTS**


Best match  
[Official site of the Los Angeles Lakers](#)  
www.nba.com/lakers · official site  
NBA professional basketball team news, schedule, standings, player profiles, statistics, and ticket information. **Lakers** Girls featured and **Lakers** Shop.

Schedule & Scores  
Tickets  
Wallpapers  
Roster

Video Archive  
Team News  
Laker Girls  
Contact

Customer service 800-379-7900

**Los Angeles Lakers** Pacific Division

 Jun 4 · Lakers beat Magic · 100-75  
Jun 7 · Lakers beat Magic · 101-96  
\* NBA Finals: Lakers 2-0  
Jun 9 · Lakers at Magic · 9:00 PM ET  
Jun 11 · Lakers at Magic · 9:00 PM ET  
Jun 14 · Lakers at Magic · 8:00 PM ET

Record: 65-17, 1st Pacific · GB: - · Streak: W2 · Last 10: 7-3

[Schedule](#) · [Standings](#) · [FOX Sports on MSN](#) · [Statistics provided by STATS, Inc. © 2009](#)

· [Los Angeles Lakers say they're ready to turn up the...](#) St. Petersburg Times 6/9/2009  
· [Los Angeles Lakers](#) ESPN.com 6 days ago

**RELATED SEARCHES**

- Lakers Trade Rumors
- Los Angeles Lakers
- Lakers TV Schedule
- Lakers Employment
- Lakers Sweatshirt
- Lakers Draft

**SEARCH HISTORY**

lakers

[See all](#)

[Clear all](#) | [Turn off](#)

- La prévisualisation d'informations (résumé, liens internes, etc.) au travers d'une petite fenêtre qui apparaît sur la droite du résultat :



[Abondance - Wikipedia, the free encyclopedia](#)  
Abondance is the name of: **Abondance** (cheese), a type of cheese; **Abondance** (cattle), a breed of cattle; **Abondance**, Haute-Savoie, a commune of the Haute-Savoie département in France  
[en.wikipedia.org/wiki/Abondance](http://en.wikipedia.org/wiki/Abondance) - [enhanced view](#)

Abondance (cheese) , a type of cheese  
Abondance (cattle) , a breed of cattle

Also on this page

- Abondance (cheese)
- Abondance (cattle)
- Abondance, Haute-Savoie
- Disambiguation
- Categories

[Go to the page](#)

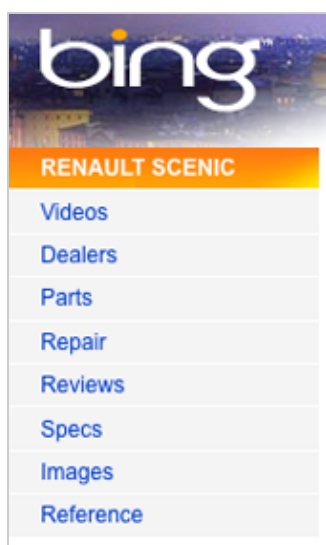
***Les "réponses instantanées" sont-elles entièrement automatisées ou y a-t-il un traitement manuel, même partiel, sur les réponses à certains mots-clés ?***

Les réponses instantanées sont automatisées mais nécessitent une intervention humaine particulière. Notamment, leur mise en place requiert qu'on en définisse la structure, la nature des informations concernées, les sources. Ensuite, l'algorithme doit être testé. Mais une fois publiée, la "réponse instantanée" fonctionne sans intervention humaine. Les données sont collectées automatiquement, et un algorithme détermine l'affichage de la réponse en réponse à une requête.

Ce ne sont donc pas des résultats type "annuaires", édités à la main, mais bien des résultats algorithmiques, définis de façon plus précise et plus circonscrite.

***Autre point : la structuration des résultats...***

Oui, il s'agit là d'une grande différence par rapport à nos concurrents et à la version précédente du moteur. Prenons par exemple la requête "renault scenic". Le moteur propose de "clusteriser" les résultats en plusieurs dossiers : "Videos", "Dealers", "Parts", "Repair", etc.



Cette segmentation s'effectue grâce à la technologie Powerset (<http://www.powerset.com/>) que nous avons acquise l'année dernière (<http://actu.abondance.com/2008/07/confirmation-microsoft-rachte-powerset.html>). D'autre part, dans les résultats, nous donnons, pour chaque catégorie (rappelée en orange), les trois premiers résultats identifiés, un lien "see more results" permettant d'accéder aux autres :

**Renault Scenic Dealers »**

**[Renault UK - Home](#)**

... offers, and the car scrappage scheme. Book a test drive, find your local **Renault dealer** and ... **Scénic** New levels of comfort for the whole family

[www.renault.co.uk/](http://www.renault.co.uk/)

**[RENAULT SCENIC Dealer Used Cars For Sale - carsales.com.au](#)**

Search used **RENAULT SCENIC** dealer cars for sale, car valuations, news and reviews on carsales.com.au - Australia's No.1 auto website.

[www.carsales.com.au/used-cars/dealer/RENAULT/SCENIC/details.aspx?R=7007373&\\_\\_Qpb=true&Cr=4&\\_\\_Ns=pCar\\_StatusSort\\_Int32%7c1%7c%7cpCar\\_Price\\_Decimal%7c0&\\_\\_N=834%20285%20258%204294963762%204294963383%20287%201216&silos=1000&seot=0&\\_\\_Nne=20&trece=66&\\_\\_sid=12092DB891CA](http://www.carsales.com.au/used-cars/dealer/RENAULT/SCENIC/details.aspx?R=7007373&__Qpb=true&Cr=4&__Ns=pCar_StatusSort_Int32%7c1%7c%7cpCar_Price_Decimal%7c0&__N=834%20285%20258%204294963762%204294963383%20287%201216&silos=1000&seot=0&__Nne=20&trece=66&__sid=12092DB891CA)

**[Renault Ireland: Scenic, Grand Scenic - Online showroom](#)**

Locate a **Dealer**; Aftersales Service ... **Scénic** and Grand **Scénic** 7 Seat: Two ways to Maximise your ... Terms of use © Copyright **Renault Ireland**

[www.renault.ie/vehicles/scenic/scenic\\_index.asp](http://www.renault.ie/vehicles/scenic/scenic_index.asp)

[See more results](#)

**Renault Scenic Parts »**

**[Used renaul Scenic : new Spares – Breakers – Salvage ...](#)**

Discount **renault Scenic Parts**: Breakeryard.com can save you up to 80% on all of your easy and hard to find **Parts** and ...

[www.breakeryard.com/cars/make/renault/Scenic.aspx](http://www.breakeryard.com/cars/make/renault/Scenic.aspx)

**[Renault MEGANE SCENIC Parts - Buy Renault MEGANE SCENIC Parts from The ...](#)**

**Renault MEGANE SCENIC Parts** Locate your **Renault MEGANE SCENIC Parts** quickly and easily with The **Parts Gateway**

[www.partsgateway.co.uk/sitemap/renault-megane-scenic-parts.html](http://www.partsgateway.co.uk/sitemap/renault-megane-scenic-parts.html)

**[Renault SCENIC VERTICAL DOORS - 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001](#)**

WoodView > **Renault Parts** > VERTICAL DOORS > **SCENIC** > 1996-2001; **RENAULT SCENIC VERTICAL DOORS** ... **Renault Scenic** - Lambo Vertical Doors # VD-VDCUK - **Renault Scenic** 1996 ...

[www.wooddashexperts.com/customer/home.php?cat=18696](http://www.wooddashexperts.com/customer/home.php?cat=18696)

[See more results](#)


Cela permet, selon nous, de mieux structurer, de mieux organiser l'information proposée.

***Enfin, quels outils d'aide à la décision proposez-vous actuellement ?***

Ils sont nombreux et sont plutôt visibles dans nos outils de recherche verticale : shopping, réservation de restaurant, de billet d'avion et, plus globalement, dans le cadre de tâches souvent répétitives, souvent frustrantes car elles demandent la saisie de nombreux critères de sélection.

Prenons quelques exemples. Sur la requête "new york miami", un pictogramme indique que l'on peut obtenir plus d'informations sur les vols aériens pour cette destination :

**[Cheap tickets from New York to Miami](#)**



Fares Predicted to Rise or Hold Steady

**\$189 LGA>MIA**  
All deals from New York  
All deals to Miami  
30-Day Outlook for LGA>MIA

Nous proposons alors (sur la base de la technologie Farecast), de nombreuses informations avec un calendrier, un moteur de recherche spécialisé, etc.

The screenshot shows the Bing Travel interface for a flight search from New York (LGA) to Miami (MIA). The main content includes a calendar for selecting departure and return dates, with a price of \$189 for a round trip. A 'when to travel' graph shows fare trends over time. The search form on the right allows for refining the search by origin, destination, dates, and class.

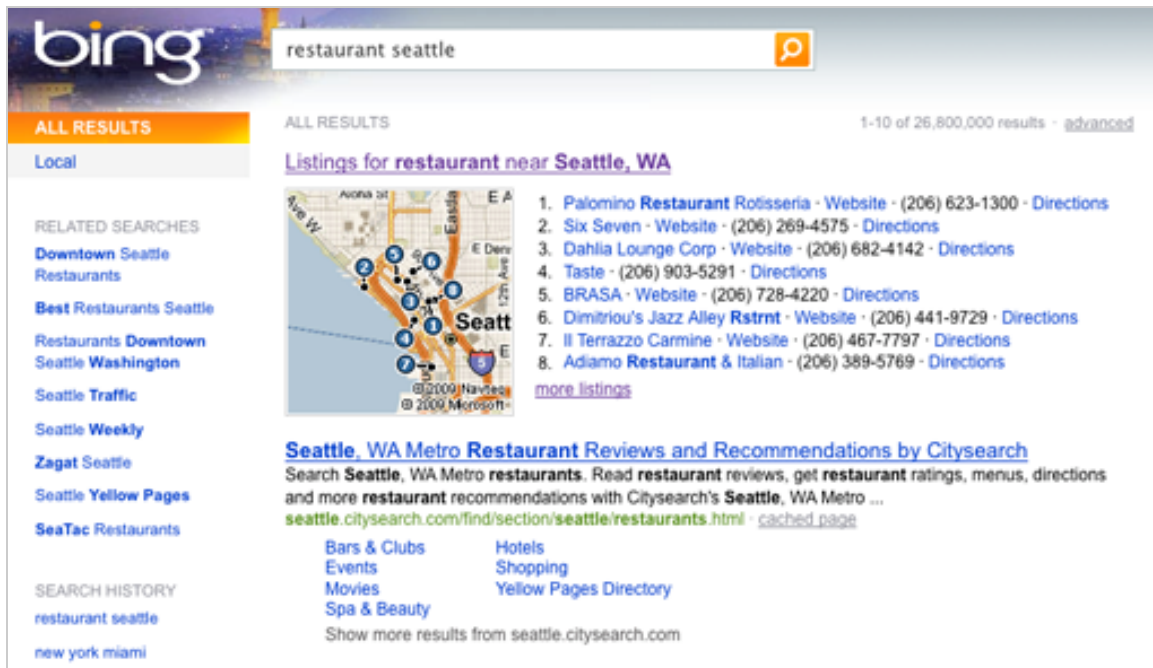
Un outil permet également de savoir s'il vaut mieux acheter le billet d'avion tout de suite ou s'il est préférable d'attendre, les prix risquant de baisser dans les jours qui viennent. Il est alors possible d'affiner fortement sa requête au travers de nombreux " curseurs " proposés sur la gauche de l'écran :

The screenshot shows the flight search results for New York, NY (LGA) to Miami, FL (MIA). The page displays a list of flight options with filters for stops, times, and airlines. The results are sorted by price, with the lowest fare being \$189 for an American Airlines flight. The filters on the left allow for narrowing the results by stops (Non-stop, 1, 2+), times (Leave, Return), and airlines (AirTran, American).

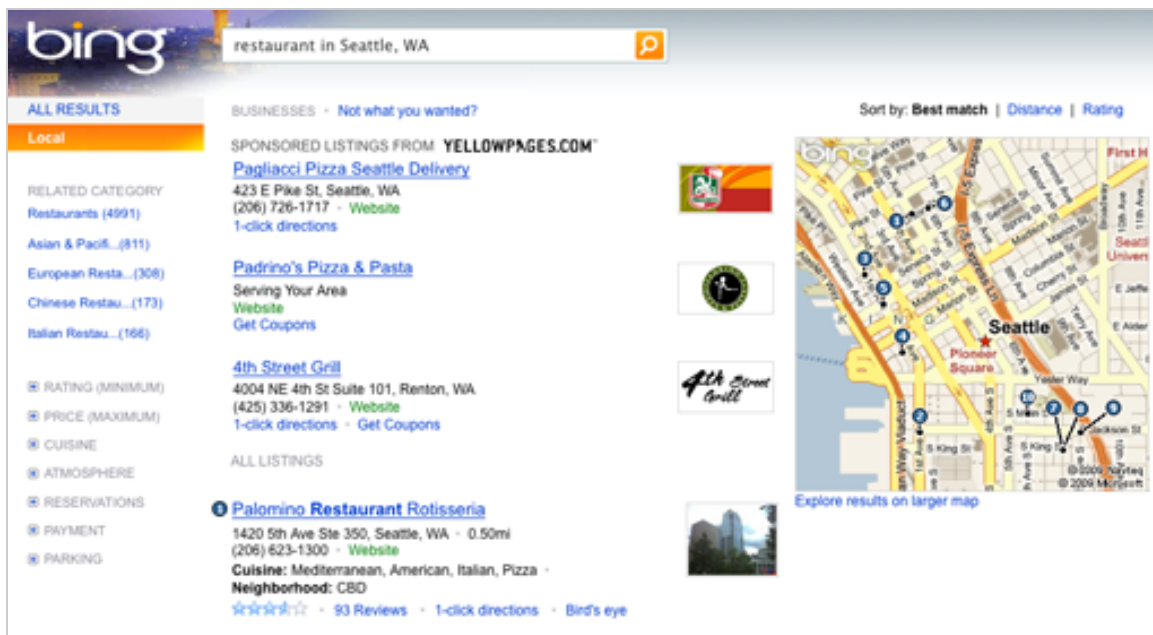
price	airline	airports	take-off – land	stops	duration
<b>\$189</b> <a href="#">Select</a>	American	LGA>MIA	6:00a – 8:50a	0	2h 50m   econ
<b>\$189</b> <a href="#">Select</a>	American	MIA>LGA	6:35a – 9:30a	0	2h 55m   econ
<b>\$189</b> <a href="#">Select</a>	American	LGA>MIA	8:25p – 11:25p	0	3h 0m   econ
<b>\$189</b> <a href="#">Select</a>	American	MIA>LGA	6:35a – 9:30a	0	2h 55m   econ
<b>\$189</b> <a href="#">Select</a>	American	LGA>MIA	4:10p – 7:29p	0	3h 19m   econ
<b>\$189</b> <a href="#">Select</a>	American	MIA>LGA	6:35a – 9:30a	0	2h 55m   econ
<b>\$204</b> <a href="#">Select</a>	American	LGA>MIA	6:00a – 8:50a	0	2h 50m   econ
<b>\$204</b> <a href="#">Select</a>	American	MIA>LGA	9:55a – 12:49p	0	2h 54m   econ
<b>\$204</b> <a href="#">Select</a>	American	LGA>MIA	6:00a – 8:50a	0	2h 50m   econ
<b>\$204</b> <a href="#">Select</a>	American	MIA>LGA	8:05a – 11:00a	0	2h 55m   econ

Ces outils d'aide à la décision sont, à notre avis, très intéressants et vont plus loin que ce que proposent les moteurs actuels...

Même chose si on cherche un *restaurant à Seattle*, par exemple :



Le fait de cliquer sur le premier lien renvoie vers un outil multi-critère assez précis :



Il est ainsi possible de rechercher un restaurant en précisant le prix, le type de cuisine, l'atmosphère, le fait qu'il y ait ou non un parking, etc.

Dernier exemple dans le domaine du shopping avec la requête "canon powershot" qui amène à un comparateur de produits qui propose des critiques de consommateurs, des avis d'experts, des descriptifs techniques, des comparaisons de prix, etc. :

The screenshot shows a Bing search results page for 'canon powershot'. The main content area displays a shopping result for the Canon PowerShot SX10 IS digital camera. The product image is on the left, and the text on the right provides details: 'from \$322 (47 stores)', 'Bing cashback - 1 - 10%', 'user reviews (1900)', and 'expert reviews (2)'. Below this, there are tabs for 'user reviews', 'product details', 'expert reviews', and 'compare prices'. A 'user reviews' section follows, with a 'sort by' dropdown set to 'most recent'. The first review is for the Canon PowerShot SX10 IS, listing pros and cons, and mentioning 13 primary shooting modes. The second review is for the Canon, also listing pros and cons and mentioning a 10-megapixel lens. The third review is for 'I am I', listing pros and cons. A sidebar on the left lists 'POPULAR FEATURES' with progress bars for Zoom, Ease Of Use, Photo Quality, Affordability, Size, Lens, Speed, Performance, and Stability. The bottom left has a 'RESOURCES' section.

C'est réellement dans cette voie que nous désirons aller pour les futures versions et évolutions de Bing...

*En même temps, toutes ces options ne sont disponibles que sur la version US de Bing, la française est quand même assez pauvre à ce niveau...*

C'est vrai, mais nous nous donnons 12 mois pour faire en sorte que les versions "régionales" du moteur, France y compris, soient au même niveau que l'outil actuellement disponible pour les internautes américains. Ca ne se fera pas de façon brutale, mais plutôt au travers d'un enrichissement progressif de la version actuelle, mois après mois.

Nous avons, par exemple, mis en ligne un premier partenariat avec le site Ciao.fr pour la partie "shopping" du site français. Cette intégration est encore assez frustrante mais nous allons l'affiner au fil des mois pour arriver à une version proche de ce que l'on peut trouver outre-Atlantique...

Ceci dit, la France a quand même eu droit à une exclusivité avec l'intégration de Bing dans notre produit **Windows Live Messenger**. Il est ainsi possible, au travers du menu "Activité", de lancer des recherches partagées avec ses amis, chacun pouvant interférer à tout moment et utiliser le moteur comme bon lui semble, ses actions étant visibles par les autres connectés. C'est une première très intéressante de recherche communautaire, à ma connaissance sans équivalent à l'heure actuelle...

*Le fait d'avoir un identifiant Windows Live ID et d'être connecté dessus donne-t-il des résultats différents sur Bing ?*

C'est une éventualité que nous regardons, notamment pour les fonctions de "Cashback" (<http://actu.abondance.com/2008/05/live-search-cashback-gagnez-de-largent.html>) qui vont arriver en France. Mais pour l'instant, le fait d'être loggué sur son compte Live ID ne génère pas de résultats différents. C'est un point qui nous semble important, mais nous respectons le

fait que les internautes sont très regardants sur l'utilisation de leurs données personnelles, ce que nous comprenons parfaitement. C'est un sujet sensible et ce n'est donc pas un axe prioritaire pour nous pour l'instant.

***Envisagez-vous des campagnes publicitaires en France, à court ou moyen terme, autour de Bing ? Si oui, sur quel support ?***

Oui bien sûr, Bing présente dans sa version française des améliorations considérables qui méritent d'être promues. Nous nous reposerons essentiellement sur l'audience de MSN et Windows Live qui rassemble 25 millions d'utilisateurs chaque mois. Aux Etats-Unis, où Bing est disponible dans sa version pleine et complète, une campagne d'envergure va promouvoir Bing sur tous les grands médias : télévision, web, affichage, etc.

***Quels sont les objectifs de Bing en France sur les 12 prochains mois : trafic, parts de marché, etc. ?***

Malheureusement, nous ne communiquons pas ces chiffres :-)

***Merci, Pierre Harand, pour vos réponses.***

**Pierre Harand** est directeur des Services Internet Grand Public pour Microsoft France. Ses services comprennent le moteur de Recherche Live Search ainsi que les services de communication Windows Live. Il a rejoint Microsoft en 2005 pour développer les activités mobiles. Dans ce cadre, il a lancé des partenariats de distribution de Windows Live Messenger sur mobile avec Bouygues, Orange puis SFR.

Auparavant, Pierre était Manager chez Arthur D. Little, cabinet de conseil en stratégie spécialisé dans les médias et télécommunications. Ses missions de conseil comprenaient le lancement de nouveaux produits, la réalisation de plans stratégiques et de plans marketing pour des opérateurs de télécommunication et des groupes médias en France et à l'étranger.

Pierre Harand est diplômé de l'Ecole Polytechnique (promotion 1995) et de l'Ecole Nationale Supérieure des Télécommunications (Promotion 2000).



***Interview menée par téléphone par Olivier Andrieu le 8 juin 2009***  
***Editeur du site Abondance.com***

**Réagissez à cet article sur le blog des abonnés d'Abondance :**

**<http://abonnes.abondance.com/blogpro/2009/06/pierre-harand-microsoft-nous-nous.html>**