

Agence web VRDCI



Par **Antoine Mussard**,
Fondateur de l'agence
web VRDCI
Twitter : @antoinemussard

Quelques chiffres incroyables sur Google

Google occupe une place très importante en Europe et chaque entreprise se doit de l'inclure dans ses plans marketing / commerciaux. Cette place est paradoxalement moins importante aux États-Unis où Google "n'a que" 60 % du marché (contre + de 92 % en France).

Cela n'empêche que, lorsque l'on commence à parler en détail via des chiffres de Google, cela dépasse l'entendement et appuie leur formidable succès. Il est donc intéressant d'étudier deux types de chiffres : leurs revenus financiers qu'ils doivent publier partiellement comme ils sont cotés en bourse et les chiffres propres au système publicitaire de Google. Cette partie relèvera de notre étude 2013 sur 4,2 millions de mots clés. Enfin, nous étudierons les liens sponsorisés de Google et les budgets parfois étonnants des annonceurs.

Étude exclusive sur Google France portant sur 4,2 millions de mots clés

Notre étude VRDCI s'établit sur Google France durant les trois premiers trimestres 2013. Elle porte sur les 4 255 479 expressions les plus utilisées.

Il convient, lors d'une étude statistique, d'avoir des volumes suffisamment parlants et surtout d'appliquer des systèmes de filtres bien pensés pour avoir des résultats probants. C'est ce que nous avons fait avec tous ces mots clés, en n'extrayant des statistiques que sur les mots clés les plus cliqués / recherchés.

Ex : un annonceur Google pourra accepter sur sa marque de payer jusqu'à 50 € par clic car il est sûr que les concurrents ne payeront pas plus pour être au dessus (la jurisprudence européenne autorise Google à vendre des mots clés de marques à d'autres sociétés). En déduire que c'est ce mot clé qui sera plus cher en termes de coût par clic serait une erreur. Nous avons donc décidé de filtrer les résultats ayant plus de cinq annonceurs AdWords pour bloquer les marques.

Revenus financiers Google

Les derniers revenus financiers trimestriels de Google ont été publiés le 17 octobre 2013 :

- 14,89 milliards de dollars de chiffre d'affaires consolidé
- Un résultat de 33 millions de dollars par jour
- 68 % de ses revenus sont générés par ses propres sites web
- 23 % de ses revenus sont générés par les sites web partenaires
- Google fait 56 % de son chiffre d'affaires hors des États-Unis, dont 1,39 milliard de dollars au Royaume-Uni. Les chiffres ne sont hélas pas publiés pour les autres pays car Google fait de l'optimisation fiscale afin de réduire de façon drastique ses taxations (via notamment l'Irlande et les Pays-Bas)
- Ils ont perdu plus de 135 millions de dollars sur les taux de change. Cependant, Google, grâce à une politique proactive en termes de protection sur les taux de change, a pu avoir une compensation de 22 millions de dollars
- Les clics sur les liens sponsorisés ont augmenté de 26 % par rapport au trimestre équivalent 2012
- Le coût par clic a lui baissé de 8 %. Tendence qui confirme que les annonceurs en temps de crise font plus attention à leurs investissements tout en étant plus nombreux
- Google partage 24 % de ses revenus globaux avec ses partenaires (principalement via le réseau Display / AdSense)
- Motorola Mobile représente 8 % de leurs revenus consolidés
- Ils amortissent 218 millions de dollars

Domage que Google ne publie pas ses chiffres français qui doivent être proches, voire supérieurs, aux chiffres anglais.

Les données que nous avons consolidées sont les données officielles renvoyées par les outils de Google France.

• Il y a 132 085 mots clés recherchés plus de mille fois par mois par les internautes, soit 3,16 % des mots clés. Ces mots clés représentent le plus gros revenus de Google.

Top 10 des mots clés les plus chers (coût moyen par jour)

• hotel :	8 963 €
• assurance auto :	5 220 €
• hotel paris :	4 251 €
• vol pas cher :	3 611 €
• billet d'avion pas cher :	3 374 €
• mutuelle :	3 034 €
• billet d'avion :	2 779 €
• poker :	2 734 €
• discount :	2 553 €
• location voiture :	2 536 €

Top 10 des marques les plus recherchées (en nombre de recherches par mois et non en nombre de clics)

• Facebook :	277 000 000
• Youtube :	68 000 000
• Le Bon Coin :	55 600 000
• Hotmail :	37 200 000
• Yahoo :	24 900 000
• Orange :	24 900 000
• Google :	20 400 000

Il est assez étonnant de voir qu'une majorité d'internautes saisissent Google sur... Google. Cela vient, je pense, des barres de recherche et traduit bien le fait que les internautes ne sont pas si habitués que cela à naviguer sur internet. Des critères à bien prendre en compte lors de toute création de projet web.

• Pages Jaunes :	16 600 000
• Gmail :	16 600 000
• Deezer :	13 600 000

Top 10 des thématiques les plus chères sur Google (coût moyen par jour)

• hotel :	24 133,00 €
• reservation hotel :	20 628,6 €
• voyage :	17 649,00 €
• iphone :	15 121,00 €
• solde :	14 351,60 €

Les coûts sont lissés sur un an, il va de soi que la répartition des recherches est saisonnière.

• mutuelle :	14 144,00 €
• formation :	13 257,00 €
• rencontre :	9 944,00 €
• hôtel paris :	8 272,00 €
• crédit :	8 269,00 €
• assurance :	8 132,00 €

En résumé, si vous êtes dans la thématique de l'hôtellerie, il vous faut un budget marketing très important.

Top 10 des annonceurs pour le mot clé : **hôtel**

Date 1^{er} relevé : 01/09/2013 - Nb. de relevés : 403

Position	site web	Coût	Taux de présence
1 ^{er}	www.booking.com	101 724 €	100 %
2 ^e	www.hotels.com	71 293 €	100 %
3 ^e	www.trivago.fr	41 982 €	100 %
4 ^e	www.voyages-sncf.com	19 109 €	100 %
5 ^e	www.kayak.fr	17 148 €	100 %
6 ^e	www.accorhotels.com	10 430 €	100 %
7 ^e	www.bestwestern.fr	8 517 €	78 %
8 ^e	www.expedia.fr	7 771 €	100 %
9 ^e	www.tripadvisor.fr	7 543 €	88 %
10 ^e	www.edreams.fr	4 495 €	93 %

Top 10 des annonceurs pour le mot clé : **réservation hotel**

Date 1^{er} relevé : 01/09/2013 - Nb. de relevés : 383

Position	site web	Coût	Taux de présence
1 ^{er}	www.booking.com	13 525 €	100 %
2 ^e	www.hotels.com	8 950 €	100 %
3 ^e	www.trivago.fr	4 145 €	100 %
4 ^e	www.accorhotels.com	4 032 €	100 %
5 ^e	www.tripadvisor.fr	1 724 €	100 %
6 ^e	www.voyages-sncf.com	1 539 €	100 %
7 ^e	www.hrs.com	1 183 €	57 %
8 ^e	www.hotel.govoyages.com	1 135 €	86 %
9 ^e	www.edreams.fr	667 €	92 %
10 ^e	www.venere.com	614 €	73 %

Top 10 des annonceurs pour le mot clé : **voyage**

Date 1^{er} relevé : 01/09/2013 - Nb. de relevés : 403

Position	site web	Coût	Taux de présence
1 ^{er}	www.govoyages.com	7 871 €	99 %
2 ^e	www.lastminute.com	5 401 €	100 %
3 ^e	www.kayak.fr	1 836 €	95 %
4 ^e	www.thomascook.fr	1 723 €	100 %
5 ^e	www.voyage.opodo.fr	1 431 €	85 %
6 ^e	www.look-voyages.fr	1 265 €	100 %
7 ^e	www.voyagermoinscher.com	1 154 €	100 %
8 ^e	www.clubmed.fr	826 €	96 %
9 ^e	www.expedia.fr	382 €	41 %
10 ^e	www.lilligo.fr	345 €	86 %

Ces chiffres sont vraiment étonnants et confirment que le business de Google est plus que solide. Lorsque l'on voit des sites de réservation d'hôtels qui dépensent plus de 100 000 € par mois sur un seul mot clé, on peut se demander si le résultat quotidien de Google de 30 millions de dollars n'est pas sous-estimé.