

## Em busca do usuário fiel

*Briga de gigantes. Recentemente, o Yahoo! e a Microsoft se uniram para combater o Google justamente na área em que se destacou: o mercado de buscas.*

Porém, a consultoria norte-americana comScore alerta, em estudo divulgado nesta sexta-feira (14/08), que o sucesso da parceria dependerá da fidelização dos usuários – quesito em que o Google está muito a frente.

Em junho deste ano, 65% das buscas nos Estados Unidos foram feitas no Goolge, enquanto 28% jogaram o termo no Yahoo! ou no Bing, da Microsoft (19,6% no primeiro, 8,4% no segundo).

A penetração desses sites entre os usuários é muito próxima. Cerca de 84% dos internautas utilizam o Google e 73,3% usam o Yahoo! ou o Bing. A diferença está na quantidade de buscas feitas. Em média, cada usuário faz 54,5 buscas por mês no Google e 26 no Yahoo!+Bing.

Eli Goodman, evangelista de pesquisas da comScore, sugere que a parceria pode resultar em um competidor à altura para o Google no mercado norte-americano. “O desafio será o de criar uma experiência de pesquisa atraente para converter o usuário esporádico em um usuário regular, o que geralmente é mais fácil do que converter novos usuários”, completa.

Além disso, separadamente os sites da Microsoft e do Yahoo! são incapazes de atingir o público esperado por boa parte dos anunciantes, que conseguem maior exposição com o Google.

“A combinação das duas plataformas, no entanto, dá aos anunciantes a capacidade de chegar a cerca de 30% do mercado de pesquisa de uma forma mais eficiente”, comenta Craig Macdonald, da Covario - companhia de software de análise de marketing interativo.

“E os 30% representam também um limiar crítico que muitos comerciantes sentem que é necessária para que eles justifiquem o investimento de dólares em um determinado programa”, ressalta Macdonald.

EM busca do usuário fiel. **B2B Magazine**, ago. 2009. Disponível em: <<http://www.b2bmagazine.com.br>>. Acesso em 18 ago. 2009.