

FACEBOOK MESSAGES, LE PIÈGE QUI VA ASSEOIR LA SUPRÉMATIE DE FACEBOOK

LE 16 NOVEMBRE 2010 DAMIEN DOUANI

Plus maligne que Google Wave, la nouvelle messagerie lancée hier est faite pour attirer dans le giron de Facebook les gens qui ont un mail mais n'utilisent pas encore le réseau social.



Facebook a annoncé hier soir sa nouvelle messagerie « sociale » qui a pour but d'agrèger l'intégralité des échanges entre deux personnes, qu'ils soient issus d'un chat, de SMS ou de courriels.

À ce titre, même si Facebook se défend de vouloir tuer l'e-mail (dont les poids lourds sont Hotmail et Yahoo aux États-Unis avec à eux deux presque autant de comptes que Facebook !), il est clair que la société du petit Mark essaye de réinventer un outil vieillissant mais toujours très utilisé.

Rendre service plutôt que de ré-inventer le courrier électronique

Il essaye surtout d'éviter l'écueil rencontré par Google et Wave : en clair, **on vous rend d'abord service en agrégeant les conversations, et en vous donnant un outil intelligent vous permettant de trier entre messages importants** (ses amis proches) et moins importants (les messages d'invitation à des groupes, des soirées, des contacts moins récurrents).

Et seulement si vous le voulez, s'ouvrir sur sa messagerie actuelle en échangeant avec les personnes qui n'ont pas Facebook.

Facebook en veut toujours plus

C'est là que la mécanique virale de type « stratégie du dealer » entre en jeu : en se connectant à des personnes qui n'ont pas Facebook mais qui ont un courriel, Facebook les intègre dans sa base.

Outre grossir artificiellement le nombre d'utilisateurs potentiels, **le réseau de Mark Zuckerberg va peu à peu devenir l'outil indispensable pour les deux parties** (l'utilisateur de Facebook et celui de courriel), poussant l'utilisateur de courriel à aller vers Facebook car finalement « s'il était membre de cette communauté il pourrait avoir accès à bien plus sur ses amis » : photos, invitations, statuts, etc. Ce que ne manquera pas de lui faire remarquer son amis facebookien (je suis en train de faire cela avec ma petite sœur, c'est vous dire si je vois très bien la mécanique se mettre en place).

Facebook ne veut pas tuer le mail

Conclusion : Facebook Mail ne veut pas tuer le mail, et c'est vrai. C'est au contraire un **formidable outil de recrutement et d'évangélisation** basé sur des usages de chaque côté de la barrière : « le mail c'est limité regarde tout ce que tu peux faire avec Facebook. » / « Finalement ma boîte mail elle est limitée et j'y reçois des tonnes de spam, sur Facebook il n'y a que mes amis qui me parlent et tout est agrégé simplement. »

Sans oublier que c'est un nouveau levier pour **augmenter la captation de temps passé** sur le réseau et afficher plus de pub. D'ailleurs, rien ne dit que Facebook ne va pas *screenner* les messages à la mode Gmail pour associer des annonces de marques ou bien proposer des rapports d'usages à des marques présentes sur la plateforme.

La timide riposte Gmail

Côté Gmail, Google a d'abord proposé Buzz, pour agréger les flux sociaux de type « statut » (Twitter, Friendfeed...), puis a sorti assez discrètement en septembre 2010 une boîte aux lettres « intelligente », **basée sur la fréquence d'utilisation** et de réponse à certains messages, et triant automatiquement les messages importants ou pas pour l'utilisateur.

Mais le tri reste basé sur le contenu, pas sur les interactions sociales. C'est là qu'intervient Facebook et la force de son "social graph", qui devient l'outil d'analyse **pour classer l'information non pas en fonction de sa teneur mais de son émetteur et de sa proximité sociale.**

Asseoir sa suprématie commerciale

Facebook ne veut donc pas tuer le mail mais le ré-inventer en douceur, toujours en s'appuyant sur sa force première : les usages sociaux de sa communauté de plusieurs centaines de millions de membres.

Tout en posant les incontournables questions de confidentialité des échanges, et de marchandisation de ceux-ci, Facebook ainsi en sa possession une formidable base de données qui comporte à la fois les profils des membres, les actions de ceux-ci en temps réel (statuts) ou différé (photos...), leurs goûts (I Like), leurs envies (invitations, pages de fans), et maintenant **une vision précise de qui échange fortement avec qui y compris en dehors de la plate-forme** (avec, à la clé, l'affinage du graphe social, la base de l'algorithme du site).

Une mine d'or pour les marques, une datamining hallucinant, et, il faut le reconnaître, une addiction toujours plus forte des utilisateurs qui voient leurs usages placés au centre du mécanisme. Superbe piège.

—

Billet initialement publié sur **Stan et Dam**

Image CC Flickr **smlions12**

JULES

le 16 novembre 2010 - 16:13 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Très bon article, mais je me vois quand même assez mal envoyer une candidature pour un emploi avec une adresse @facebook.com par exemple.

Au passage : Facebook a ainsi (avant dernier paragraphe)*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

BAO

le 16 novembre 2010 - 16:39 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Très bonne analyse :)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

INSIDAN

le 16 novembre 2010 - 20:01 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Je partage tout à fait votre analyse. Il est clair que Facebook change progressivement de stature en devenant un portail web d'une nouvelle génération. Je vous invite par ailleurs à lire mon analyse commette sur le sujet qui est, me semble-t http://goo.gl/u4nRW

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

CR

le 17 novembre 2010 - 9:30 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Bonjour,

Une coquille s'est glissée dans cet article très pertinent... Dans le paragraphe "Facebook ne veut pas tuer le mail" > Ce que ne manquera pas de lui faire remarquer son amis facebookien...ami

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

CORIOLANO

le 17 novembre 2010 - 16:13 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



"Finalement ma boîte mail elle est limitée et j'y reçois des tonnes de spam, sur Facebook il n'y a que mes amis qui me parlent"

Alors que sur Facebook je peux me faire spamm par mes "amis" c'est pas tellement mieux.

VOUS AIMEZ



1

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

DORIAN JAMINAIS

le 19 novembre 2010 - 8:37 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Bonjour, je partage d'un coté votre analyse qui est que facebook en veut toujours plus et que cette messagerie est un outils formidable pour capter de nouveau membres.

Toutefois je suis beaucoup plus réservé dans votre analyse du fonctionnement du système :

"Mais le tri reste basé sur le contenu, pas sur les interactions sociales. C'est là qu'intervient Facebook et la force de son "social graph"

En effet, je ne pense pas que cela soit un si gros avantage pour facebook. Gmail est déjà capable de filtrer mes mails non seulement en fonction du contenu mais aussi en fonction des relations que j'ai avec les personnes qui m'envoie des mails. Je trouve le système beaucoup plus pertinent pour plusieurs raison.

Tout d'abord, sur facebook, un nombre considérable de contact ajouté comme 'amis' n'en sont pas réellement et sont plutôt des connaissances. Les messages provenant des contacts devrait donc être en général moins important que des membres de ma famille ou des amis plus proche. Je ne suis pas sur que facebook fasse cette distinction. De plus, dans le cas de mails professionnels (qui peuvent très bien être aussi associatif dans le cas d'un étudiant par exemple), facebook aura tendance à faire descendre la priorité de ce type de mails car ils viennent de personnes à priori inconnues car ils ne sont pas dans mon social graph. Or ces mails sont en général les plus urgent. C'est donc eux que je désire voir en premier.

A l'inverse, le fonctionnement de priority inbox est basé sur mes habitude de réponses à tels ou tels personnes. Si je ne lit jamais un mail parlant de tel sujet ou venant des telle personne, la priorité de ce mail va tomber au plus bas. A l'inverse si le mail est manifestement professionnel (candidature par exemple), sa priorité sera très élevé. Idem pour les mails traitant de sujet ou venant de personnes auxquelles je répond systématiquement et en général très rapidement.

Je pense donc que le système de facebook est encore très immature. Il est clair qu'ils partent avec un avantage non négligeable de savoir qui sont mes connaissances et ont la possibilité de savoir qui sont mes vrais amis (la quantité d'interaction avec les personnes permet de le déterminer) Toutefois, l'implémentation de google me parait beaucoup plus sérieuse et réfléchie, notamment pour les mails à caractère professionnel.

VOUS AIMEZ



1

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

JACK BOUTY

le 24 janvier 2011 - 22:48 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Etant donné que l'accès à facebook et ses services sont gratuits, et que le service "tout en un" est tout à fait pratique, peu importe à l'inscrit, que facebook face du bénéfice avec la pub! De toutes les manières ce sont les consommateurs qui, par leurs comportements d'achats, font la fortune des industries et des publicistes.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

1 ping

Microsoft, Apple, le retour en grâce des dinosaures | Le blog d'Antoine Dupin le 29 novembre 2010 - 12:17

[...] propension à conduire doucement mais sûrement ses utilisateurs. Comme l'explique très bien OWNI : Il essaye surtout d'éviter l'écueil rencontré par Google et Wave : en clair, on vous [...]