
numéro cinquante cinq (#55)**le 11 octobre 2002**

Sommaire

- [Sommaire](#)
- [Editorial](#)
- [Le monde selon Google](#)
Google à la recherche de l'algorithme parfait
- [Enfin, les informations](#)
- [Les outils de recherche francophones](#)
- [Entretien avec Romain Bellet](#)
de Yooda.
- [Conclusion](#)

[Le dernier Moteurzine en html](#)[Le dernier Moteurzine en PDF](#)[Les archives de Moteurzine](#)[Ecrire à Moteurzine](#)Référencement

Editorial

Une semaine remplie de nouvelles

Yahoo! qui résigne avec Google, Looksmart qui relance Wisenut, AltaVista qui propose des places dans son moteur, Inktomi qui continue à licencier son personnel, Lycos UK qui pense que la « real tv » est sa bouée de sauvetage, Kartoo qui s'implante en Espagne, Espotting qui s'installe en Italie, Networldmedia qui se positionne comme un acteur sur qui il faut de plus en plus compter, Real Media qui veut sa part du gâteau, ET, et n'oublions pas l'entretien exclusif de Moteurzine avec Romain Bellet de Yooda. Franchement, je pense qu'on peut dire que c'est une semaine mouvementée.

Heureusement, le week-end est là et Moteurzine aussi. Vous imprimez ce numéro, et tranquillement, vous le lisez chez vous samedi ou dimanche.

« Moteurzine, le journal d'actualités qui se lit chez soi ! »

par [CHRIS HEDE](#)

Le monde selon Google

Google à la recherche de l'algorithme parfait

On pourrait se dire qu'une fois arrivé à un bon algorithme, il "suffit" de développer la base de sites indexés (course au plus gros index avec Fast-All The Web ou Open Find), et d'augmenter la fréquence d'indexation. Mais Google ne peut pas se contenter de cette règle de conduite, car si l'algorithme n'était pas modifié, d'une part les webmasters et les référenceurs professionnels arriveraient à positionner les sites à leur guise, et d'autre part les moteurs de recherche concurrents feraient aussi bien, voire mieux...

Ainsi, après chaque grosse mise à jour de Google (c'est-à-dire après chaque "Google Dance", cf. MZ 54), il est d'usage d'identifier les changements apportés par Google à son algorithme, en regardant les nouveaux résultats. Ce mois-ci, les avis sont très partagés, à tel point que pour la première fois une certaine grogne s'installe parmi les aficionados de Google !

Google a le choix entre deux types de possibilités :

- ◆ 1ère possibilité : favoriser les critères internes à la page
exemples : mots dans le titre, les balises H1 ou B, etc.
intérêt : privilégier le contenu (les sites sans contenu ne pourront pas être bien positionnés)
risque : chaque webmaster ayant le contrôle du contenu de ses pages peut les optimiser facilement en répétant des mots-clés ou en les positionnant à des endroits stratégiques. Les pages utilisant le spam risquent d'être bien placées

- ◆ 2ème possibilité : favoriser les critères externes à la page
exemples : PageRank, texte du lien dans les pages liantes, etc.
intérêts : lutter contre le spam "classique", c'est-à-dire grossièrement les pages "remplies de mots-clés", puisque le webmaster a peu de pouvoir sur les critères externes (il est dépendant des modifications effectuées par les webmasters des sites qui lui font un lien).
Autre intérêt : utiliser le succès du critère du PageRank qui a permis (entre autres !) à Google de se démarquer de ses concurrents
risques : le premier risque classique est de voir sortir des pages sans rapport avec les mots recherchés (ou très faible), mais qui ont une très bonne popularité (PageRank).
Le deuxième risque est le Google Bombing (si de nombreux sites font un lien vers A avec le mot-clé K, alors le site A sera très bien placé pour une recherche sur K, même si ce mot K est absent de tout le site A ; le dernier exemple est la requête "go to hell" qui donnait Microsoft et AOL parmi les 5 premières réponses).
Le troisième risque est de voir se développer les offres de "vente de PageRank" (c'est-à-dire de vente de publicités sous forme de lien texte où le prix dépend du PageRank de la page abritant la publicité).

Google a le choix entre 2 principaux types de critères, mais aucun des deux n'est pleinement satisfaisant. Libre à lui d'affiner la part relative de chaque critère dans le classement final. Libre à lui également de créer de nouveaux critères ! Il ne reste plus qu'à identifier tous ces critères et leur importance relative... au boulot !

par Olivier DUFFEZ de WebRankInfo

Développez votre indice de popularité...

- pour 0 euros en passant 3 jours à référencer votre site dans les **180** outils généralistes d'Enfin ([ICI!](#)).
- pour 55 euros en passant 5 minutes en commandant un référencement dans les **180** outils généralistes d'Enfin ([LA!](#)).

vosre publicité lue par 12.000 personnes ! –

Enfin, les informations

Vous êtes le responsable d'un moteur ou d'un annuaire ? Insérez gratuitement votre actualité ici.

09/10/2002 : "Google n'a pas besoin d'entrer en Bourse..."

A l'occasion d'un déjeuner de presse à Paris, des dirigeants de Google ont dévoilé quelques projets pour le plus célèbre moteur de recherche du web...

09/10/2002 : "Liens sponsorisés : Real Media lance « Website Results » en Europe"

Une nouvelle offre de trafic ciblé sur Internet avec facturation aux résultats (au coût par clic) arrive sur le marché européen : Website Results de Real Media.

09/10/2002 : "Trois questions à Stéphanie Himoff (AltaVista France)"

Face au roi Google, quelle est la place d'un moteur de recherche pionnier comme AltaVista, propriété du groupe américain CMGI ? Trois fois plus de recherches d'informations au quotidien sont aujourd'hui effectués sur Google (150 millions) par rapport à AltaVista (50 millions).

09/10/2002 : "Inktomi licencie 20% de son personnel"

Inktomi, une société spécialisée dans la vente de contenu, a annoncé une réduction de son personnel de 20% amenant son effectif à 300 personnes.

08/10/2002 : "Networldmedia : un acteur canadien sur qui il faut désormais compter"

(...) Networldmedia a fait l'acquisition en juillet 2002 de 51% des parts du moteur de recherche francophone DeepIndex.com. Ce puissant moteur est aujourd'hui classé parmi les 10 premiers engins de recherche francophones mondiaux, avec plus de 3 millions de visiteurs et plus de 5 millions d'urls indexées.

07/10/2002 : "Nouvelle version du site Atome77 – le guide de la Seine et Marne"

Une nouvelle version du site portail Atome77, sur la Seine et Marne, vient de voir le jour. L'annuaire comprend aujourd'hui plus de 1070 sites seine & marnais. Ils sont désormais présentés en page d'accueil dans une astucieuse iFrame. Les 10 derniers sites inscrits sont également affichés sur la page d'accueil.

07/10/2002 : "Google envisagerait de faire payer les recherches sur Internet"

Google, le célèbre moteur de recherche, est en train d'envisager de faire payer certains de ses services comme Google News. Google News est un des derniers services proposé par Google, c'est la possibilité de suivre des informations en direct à partir de plus de 4000 sources différentes.

05/10/2002 : "Rentrée offensive sur le marché des liens promotionnels"

« Arrivées en France en fanfare avant l'été, les sociétés spécialisées dans les liens promotionnels sont passées à la vitesse supérieure depuis la rentrée. Pas une semaine ne passe sans que l'une des trois sociétés qui se partagent le marché français (Espotting, Google et Overture) n'annonce la signature d'un partenariat avec un portail à forte audience.

»

04/10/2002 : "Conseils pour augmenter votre indice de popularité !"

Voici toute une série de conseils pour augmenter votre indice de popularité. L'indice de popularité ? C'est l'élément qui permet d'améliorer votre positionnement dans les pages de résultats des moteurs de recherche. Suivez ces conseils, ils sont plein de bon sens et d'une logique à toute épreuve.

04/10/2002 : "Interview de Jeremy Garamond de Espotting Media"

A mi chemin entre une agence de pub et une agence de référencement, Jeremy GARAMOND présente eSpotting, société spécialisée dans les liens "sponsorisés"

04/10/2002 : "Pistez Google sur votre site grâce à GoogleStats"

GoogleStats est une application qui permet d'analyser les visites de Google sur votre site. Le principe est très simple : vous insérez un script PHP sur chaque page de votre site et quand Googlebot vient indexer cette page, sa visite est enregistrée dans une base de données.

04/10/2002 : "Wisnut, le retour est confirmé"

Depuis quelques jours, la rumeur commençait à circuler dans le milieu des outils de recherche... « Wisnut se reveille ». Aujourd'hui, cette rumeur se trouve confirmée par la mise à jour de la page de garde du site. Wisnut est donc bien de retour.

04/10/2002 : "Abondance : nouveau design pour le site"

Abondance vient de rajeunir son site en changeant de design. Cela fait plusieurs semaines, voire mois que ce nouveau design était visible sous le lien bêta version du site... maintenant, le voilà appliqué à l'ensemble du site y compris la page de garde. Le lancement de cette nouvelle version s'accompagne avec l'ouverture du site outilsref qui propose d'auditer une page ou bien un mot clé.

02/10/2002 : "Annuaire du collagiste : plus de 1200 sites référencés"

L'annuaire du Collagiste vient de passer le cap des 1200 liens, courts métrages, vidéos temps réel, ... tout ce qu'il faut pour un surf pratique et utile.

02/10/2002 : "Payer pour être mieux placé chez Altavista ?"

Un commercial a fait une bourde chez Altavista. Il a proposé à un de ses prospects de payer pour être mieux placé dans les pages de résultats. La porte-parole d'Altavista a reconnu que le message a bien été envoyé mais que le contenu est faux. Le commercial, un jeune qui voulait faire du zèle, a été rappelé à l'ordre. Quand au prospect, il est content avec Overture et Google et n'a pas besoin de payer plus pour être mieux placé sur Altavista.

02/10/2002 : "Lycos UK met les deux pieds dans le « real tv »"

Lycos UK vient de signer un partenariat avec ITV concernant l'émission « Popstar ».

02/10/2002 : "Google se dote d'un outil de mise en grappe"

Le célèbre moteur de recherche Google poursuit le développement de sa gamme de solutions. Après le lancement d'un serveur machine incluant un système de recherche basé sur sa technologie, la société de Mountain View dévoile aujourd'hui un équipement de mise en grappe visant à compléter cette première offre. Objectif central affiché par l'éditeur : améliorer les performances d'exécution et d'indexation de son outil initial.

01/10/2002 : "Looksmart ressuscite Wisnut"

Looksmart a décidé de relancer Wisnut en mettant à jour sa technologie et en faisant, dernièrement, un dépoussiérage de la base avec le lancement d'un nouveau crawl. En ce moment, la base de Wisnut compte 900 millions de documents datant pour les plus vieux de 60 jours. Wisnut compte agrandir sa base et donner une fraîcheur maximum de 30 jours.

30/09/2002 : "KartOO en espagnol... vous l'avez rêvé, KartOO l'a fait !"

Ouverture officielle de la version espagnole de Kartoo, d'ailleurs, voici comment se décrit Kartoo pour son public espagnol : « KartOO es un nuevo metabuscador que representa gráficamente los resultados que obtiene. »

30/09/2002 : "Google lance une nouvelle offre publicitaire en Europe"

Le moteur de recherche Google, qui cherche à reproduire à l'étranger le succès de son modèle américain, a annoncé le lancement européen d'une nouvelle offre publicitaire baptisée "AdWords".

Espace publicitaire



Les outils de recherche francophones

09 Octobre 2002 :

TOP | commerce et économie | immobilier

Agence Royal atlantique : Expert dans la domaine de la vente de fonds de commerce.

TOP | informatique | mac

Macbooster : Annuaire des sites mac.

08 Octobre 2002 :

TOP | internet | guide généraliste | a

ABC-sites : Annuaire généraliste avec des rubriques supplémentaires.

07 Octobre 2002 :

TOP | internet | guide généraliste | n

Net by phone : Annuaire de site avec micropaiement audiotel.

TOP | art et culture | audiovisuel | télévision

Staracaliens : Tous les sites sur Star Academy !

TOP | loisirs et sports | sport | vélo

WebTT : Portail francophone du vélo tout terrain.

TOP | loisirs et sports | tourisme

Allez.com : Outil de recherche sur le tourisme et le voyage.

06 Octobre 2002 :

TOP | régional | europe | france | paca

Alpes maritimes : Annuaire des Alpes-maritimes.

TOP | internet | guide généraliste | a

Astraux : Annuaire généraliste.

TOP | loisirs et sports | communauté | enfants

Petite-enfance : Ressources du Web concernant la petite enfance.

TOP | art et culture | audiovisuel | cinéma

Annucinema : Annuaire sur les sites de cinéma et séries tv.

05 Octobre 2002 :

TOP | internet | guide généraliste | c

Capgratuit : Annuaire des sites et services gratuits.

04 Octobre 2002 :

TOP | loisirs et sports | habitation

Jeditoo – brico–déco : Le meilleur du bricolage, décoration, jardinage...

TOP | institutions | télécom

Pda–parade : L'annuaire Pda, Palm, Pocket PC, Psion...

TOP | régional | europe | france | dom–tom | réunion

Ile Réunion : Les sites concernant l'Ile de la Réunion.

TOP | loisirs et sports | sport

Info tennis : Annuaire des sites sur le tennis.

TOP | loisirs et sports | généalogie

Généadoc : Annuaire généalogique et documentaire des généanutes.

TOP | régional | europe | france | paca

Golfe Saint–Tropez : Annuaire du golfe de Saint–Tropez.

TOP | régional | europe

Bulgarie.net : Annuaire des sites (français, anglais, bulgare) sur la Bulgarie.

TOP | régional | amerique | canada

Canada–business : Annuaire des sites canadiens.

TOP | régional | afrique | maroc

Rabatzoom : Annuaire des sites de la ville de Rabat.

01 Octobre 2002 :

TOP | art et culture | audiovisuel | musique

La nouvelle génération : Annuaire de recherche du rock français !

30 Septembre 2002 :

TOP | loisirs et sports | gastronomie | recettes

Cuisine–dz : Site dédié à la cuisine algérienne.



Entretien avec...

<http://www.yooda.com/>

Romain Bellet, gérant de Aldéis SARL.

«**Moteurzine**». — Bonjour. Avant de commencer, pouvez-vous vous présenter à nos lecteurs ? Comment êtes-vous arrivé sur Internet ?

Romain Bellet. — J'ai 28 ans, je m'appels Romain BELLET, je suis tombé très tôt dans le monde de l'informatique grâce aux premiers Apple 2C. Mes études universitaires en ressources humaines mon poussé à utiliser de plus en plus les richesses qu'offrait Internet. Une opportunité de création de société ma permit de me plonger dans le monde fascinant du référencement, il y a environ 2 ans et demi.

«**Moteurzine**». — Comment est né le service Yooda ?

Romain Bellet. — Devant un double constat. Le premier : le marché du référencement des sites web était appelé à grandir de manière exponentielle, suivant l'évolution du nombre de sites commerciaux, en outre, le référencement en soit n'est qu'une brique élémentaire de la communication interactive d'un site, et s'incorpore donc dans un ensemble plus grand. Le second : Les référenceurs, qu'ils soient professionnels ou non, ne disposaient pas de référentiel de travail clairement établi. Les procédures et les outils exploités relevaient plus de l'artisanat que de l'analyse. Nous avons donc voulu créer des outils appuyés à des procédures pour apporter aux référenceurs plus d'ergonomie et d'efficacité dans leur travail, surtout si on considère la multitude d'outils de recherche qui existe aujourd'hui.

«**Moteurzine**». — Quelle est la signification du mot Yooda où qu'est ce qui vous a amené à faire le choix de ce mot ?

Romain Bellet. — Yooda cela ne vous rappelle rien ? :-) L'analogie avec le célèbre maître Jedi n'est pas fortuite. Nous ne voulions surtout pas utiliser un nom « anglicisé ». Les Jedi sont des sages guerriers, et nous avons trouvé que la comparaison était intéressante pour les référenceurs qui sont à leur façon des guerriers du web !

«**Moteurzine**». — Derrière Yooda se trouve la société Aldéis, vous pouvez nous en dire plus sur la structure ?

Romain Bellet. — Aldeis est une SARL au capital de 8000 euros. Société de service informatique, nous développons de nouvelles technologies propriétaires qui trouvent une multitude d'applications dans les entreprises, au niveau de la veille, de l'interrogation de sources de données disparates, ... Aujourd'hui nous concentrons notre énergie sur la mise en place des outils yooda et le second semestre 2003 devrait faire voir le jour à une nouvelle gamme de services, mais pour l'instant chut...

«**Moteurzine**». — Combien de personnes sont impliquées dans Yooda ?

Romain Bellet. — Au total, 6 personnes. Bien sur, les 4 associés fondateurs sont très actifs, et 2 personnes nous ont rejoint. Une en RI'autre au service commercial. Yooda propose plusieurs solutions qui sont Yooda service, soft et pro.

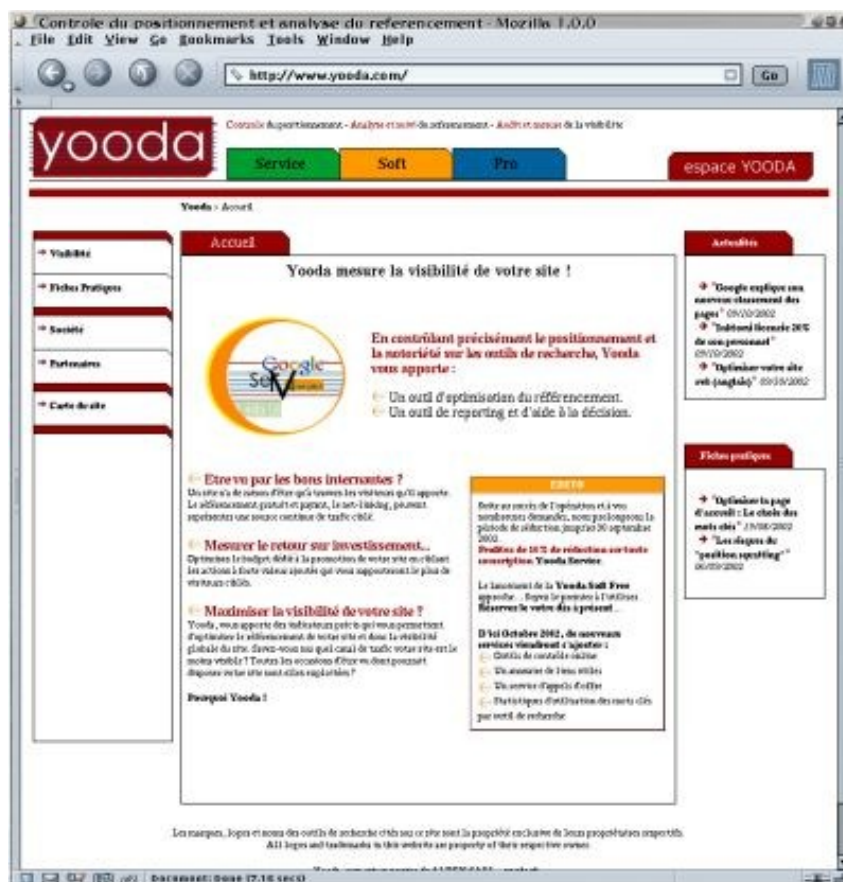
«**Moteurzine**». — Que pouvez-vous nous dire sur chaque solution ?

Romain Bellet. — Nous avons abordé le positionnement de nos produits en suivant le cycle naturel du référencement d'un site.

Tout d'abord, la préparation du travail, qui comporte une forte composante d'analyse et de recherche sur d'autres sites, pour cela nous proposons Yooda Soft, dans sa version actuelle.

Le travail suivant du référenceur, est l'optimisation du site et son inscription dans les outils de recherche. Pour cela, nous gardons le secret quelque temps encore.

Enfin, une fois le site optimisé et référencé, il faut suivre le référencement et mesurer la visibilité du site sur les différents canaux de trafic du web. Pour cela, Yooda Service et Yooda Pro apportent une mesure de la visibilité et des outils d'optimisation du référencement pour développer la présence et la notoriété du site sur les outils de recherche.



Copie écran de la page de garde du site Yooda

«**Moteurzine**». — Le contrôle du positionnement, l'analyse et le suivi du référencement et la mesure de la visibilité sont proposés dans quasiment toutes vos solutions. Qu'est ce qui correspond à ces services ?

Romain Bellet. — Disons que le contrôle du positionnement est un des éléments de mesure de la visibilité d'un site, il faut y ajouter, la présence et la notoriété, le tout bien sur, pondéré par le trafic réel généré par cet outil de recherche pour le ou les mots clés étudiés. Le suivi du référencement d'un site intègre, la mesure de la visibilité, qui est un indicateur indispensable pour guider les actions du référenceur afin d'optimiser la visibilité du site. Savoir où le site manque de visibilité permet au référenceur d'être efficace et de mettre en place des actions correctrices.




«**Moteurzine**». — Vous pouvez nous présenter et nous expliquer l'exemple d'un rapport Yooda Service ?

Romain Bellet. — Nos clients, pour mesurer et suivre leur visibilité et celle de leurs concurrents, ont à leur disposition un espace en ligne. Des tableaux de bord structurés en 4 indices : la présence, la notoriété, le positionnement, et l'analyse de la visibilité par canal de trafic. Ils peuvent soit analyser les informations à un instant T, soit suivre l'évolution de leur visibilité selon une période donnée.

Je vais vous présenter quelques tableaux, mais le choix est difficile, je vous invite, afin que vous ayez une vision d'ensemble, à aller voir directement un rapport de [démonstration en ligne](#).

Tout d'abord la présence, ce tableau est le plus détaillé de l'indice de présence, il permet d'identifier les pages présentes et absentes sur les outils de recherche.

| Url complète de la position 1 à 15 | Présence sur tous les OR | Présent sur | Absent sur |
|---|--------------------------|--------------------------|-------------------------------------|
| http://www.sitedevoyage1.com/ca | 10 | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| http://www.sitedevoyage1.com/ca_en/partners/... | 9 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| http://www.sitedevoyage1.com/ca_en/canoe | 8 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| http://www.sitedevoyage1.com/dk_da | 8 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| http://www.sitedevoyage1.com | 8 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| Outils de recherche sur lequel l'url http://www.sitedevoyage1.com/ca est absente | | |
|--|---|--|
|  -Com- All The Web |  -Fr- Altavista France |  -Fr- Voila Guide |
|  -Fr- Yahoo |  -Org- Dmoz |  -Com- Caloweb |
|  -Com- Francité |  -Com- Toile |  -Fr- Lycos |
|  -Fr- Netscape |  -Fr- Nomade |  -Fr- Sharelook |
|  -Net- Antisearch |  -Com- Altavista |  -Com- Excite |
|  -Com- Hotbot |  -Com- Looksmart |  -Com- Lycos |
|  -Com- Netscape |  -Com- Overture |  -Com- Webcrawler |
|  -Com- WiseNut | | |

Idem pour la notoriété, ce tableau dresse la liste des pages qui pointent vers un site. Pour chaque lien est spécifié le nombre de pages présentes et les outils de recherche.

| Url complète de la position 1 à 15 | Notoriété sur tous les OR | Lien sur |
|---|---------------------------|-------------------------------------|
| http://www.serveurdedie.com/stats/fr/as/connectivite.html | 3 | <input checked="" type="checkbox"/> |
| http://www.raleur.com | 3 | <input type="checkbox"/> |
| http://www.facile.fr/avion.php3 | 3 | <input type="checkbox"/> |
| http://www.gastonmag.net/vacances.htm | 3 | <input type="checkbox"/> |

| Outils de recherche sur lesquels l'url pointe vers http://www.serveurdedie.com/stats/fr/as/connectivite.html | | |
|--|---|--|
|  -Fr- Voila Guide |  -Fr- Google |  -Fr- M.S.N |

Ce tableau fournit les meilleures positions en fonction d'une URL sur différents mots clés analysés.

| Outils | MC 1 | MC 2 | MC 3 | MC 4 | MC 5 |
|---|------|------|------|------|------|
|  -Com- Caloweb | 29 | 1 | 3 | 17 | 31 |
|  -Com- Francité | --- | --- | --- | --- | --- |
|  -Com- Toile | --- | --- | --- | --- | --- |
|  -Fr- Altavista France | --- | --- | --- | --- | --- |
|  -Fr- AOL | 97 | 2 | --- | --- | --- |
|  -Fr- Google | 28 | 2 | 2 | 15 | 31 |
|  -Fr- Hotbot.lycos | 46 | --- | 7 | --- | 35 |
|  -Fr- Lycos | --- | --- | --- | --- | --- |

Ce tableau fournit la somme des meilleures positions selon les différents canaux de trafic (moteurs, annuaires, français ou internationaux), pour l'ensemble des mots-clés étudiés. Ces résultats sont présentés selon une profondeur d'analyse choisie, sur les outils de recherche.

| TYPE DE SITES | URL1 | URL2 | URL3 | Total |
|------------------------|------|------|------|-------|
| Moteur français | 13 | 12 | 13 | 38 |
| Moteur international | 12 | 9 | 14 | 35 |
| Annuaire français | 4 | 3 | 1 | 8 |
| Annuaire international | 5 | 3 | 53 | 61 |

«**Moteurzine**». — Yooda est destiné à quel public plus particulièrement ?

Romain Bellet. — Les outils de la gamme yooda sont destinés aux référenceurs et aux webmasters de tous bords. Quiconque s'intéresse au retour sur investissement d'un site, à besoin d'outils pour mesurer ce retour et l'améliorer. En ce sens, yooda s'adresse à tous les webmasters. Au delà de tout cela, chaque produit de la gamme est adapté à un besoin particulier.

Pour les professionnels, Yooda Pro permet de gérer les sites de leurs clients, d'optimiser le référencement et d'offrir un reporting personnalisé et paramétrable à leurs clients de la visibilité de leurs sites. Yooda service, apporte la même chose, mais à une échelle différente, celle du webmaster.

Yooda Soft, est un outil pour les référenceurs, qui permet de relever les leaders sur des mots clés et de faire du contrôle de positionnement à la volée.

«**Moteurzine**». — Est-ce plutôt le département marketing et / ou commercial d'une société qui utilise Yooda ou bien le département technique et / ou référencement ?

Romain Bellet. — Si il s'agit d'une entreprise qui communique bien entre ses services : les 2 ! En effet, la mesure de la visibilité sur les différents canaux de trafic et le retour sur investissement intéressent plus particulièrement le département marketing et commercial. Par rapport à leurs directives, pour ajuster la stratégie web sur la stratégie globale, le département technique aura besoin de mettre en place des actions afin d'optimiser le référencement sur certains mots clés, là encore, notre service l'assiste dans cette tâche. Et puis surtout, ce qui fait plaisir à tout le monde, c'est de disposer des rapports complets simples à analyser et reflétant réellement la situation sur le web. Adieu le contrôle manuel !

«**Moteurzine**». — De quelle façon les résultats donnés par Yooda peuvent aider une personne à optimiser son référencement et donc à améliorer sa visibilité sur le Net ?

Romain Bellet. — Prenons un exemple simple : Votre site vend des chaussures de sport. Il est présent dans certains outils de recherche, (au moins une page) et un certain nombre de sites présentent des liens qui pointent vers le vôtre. Enfin, vous avez certainement des concurrents.

Yooda vous permet de :

- ◆ optimiser la couverture de votre site sur les or en faisant indexer un maximum de pages
- ◆ optimise la couverture de vos liens référents,
- ◆ en comparant la visibilité de votre site à celle de vos concurrents, vous pouvez optimiser le référencement de votre site sur le plan qualitatif.

«**Moteurzine**». — Comment s'est effectué votre choix des outils de recherche retenus pour Yooda ?

Romain Bellet. — Nous avons choisi un développement bottom-up ! c'est à dire, que nous voulons d'abord asseoir notre positionnement en France et en Europe avant de nous orienter vers d'autres continents. Donc nous intégrons naturellement en priorité les outils français (et bien sûr internationaux, mais utilisés par les internautes français). A ce jour, nous développons la couverture outils de recherche sur les autres pays de l'Union Européenne sans oublier nos amis anglais bien sur.

Yooda Soft intègre dès à présent des outils anglais, espagnols, italiens, belge, allemand.

«**Moteurzine**». — De plus en plus d'outils de recherche proposent des liens sponsorisés en début de leurs résultats. Est-ce que cela ne risque pas d'influer voire de fausser votre travail ?

Romain Bellet. — Non, car ce qui compte en terme de visibilité, c'est ce qui est vu. Dans un sens, peut importe l'origine de la réponse, que le positionnement du site soit sponsorisé ou non, l'internaute qui fait une recherche sur un mot clé, ne peut s'empêcher de voir les résultats qui lui sont proposés. Toutefois, nous travaillons en ce moment sur une distinction des résultats, surtout pour apporter aux utilisateurs qui investissent en liens sponsorisés, un outil de contrôle pour le positionnement sponsorisé.

«**Moteurzine**». — A force de travailler sur le positionnement des sites dans les outils de recherche, vous commencez à bien les connaître. Quels sont, généralement, les éléments utilisés par les outils de recherche pour calculer le positionnement d'un site ?

Romain Bellet. — Ce n'est pas une nouveauté de dire que chaque outil de recherche possède son propre algorithme de tri. Quelque soit la composition exacte de la recette de chacun, les éléments de bases sont les mêmes :

- ◆ La pertinence du document (titre, metas, corps du document) par rapport aux mots clés, à leur mise en valeur et leur position dans le document.
- ◆ La notoriété du site qui inclus ou non un facteur qualitatif lié aux liens référents c'est à dire, que si vous vendez des chaussures et que le site du boucher du coin fait un lien vers votre site cela aura moins d'intérêt que si c'est un distributeur de chaussures.
- ◆ L'ancienneté du site peut également avoir une importance
- ◆ L'indice de clic : en gros, plus les gens cliquent sur votre site pour un mot clé donné, plus l'outil de recherche considérera votre site comme pertinent pour ce mot clé.

«**Moteurzine**». — Est-ce exact que les métags n'ont plus la meme importance qu'avant ?

Romain Bellet. — Oui bien sur. Mais les algorithmes de classement des OR ayant changés, les metas tags, n'ont plus autant d'importance qu'avant, au bénéfice d'autres éléments cités plus haut. Toutefois, il serait absurde de dire qu'ils ne servent plus du tout. Ils sont importants car certains outils leur accordent encore une importance non négligeable, et puis ils font partie des outils nécessaires pour positionner un document.

«**Moteurzine**». — Sur quel outil est-il le plus facile d'obtenir un bon positionnement pour un mot ordinaire, non généraliste ?

Romain Bellet. — Sur les outils de recherche qui ont les plus petits index. :-)

Sérieusement, la difficulté d'obtenir un bon positionnement (si on fait abstraction du document lui même) dépend essentiellement du nombre et est directement liée à la taille de l'index. Si pour une recherche donnée, vous obtenez plus de 50 000 réponses, dites vous qu'il sera difficile et long d'obtenir de la visibilité (être dans les 25 premiers).

«**Moteurzine**». — Vous annoncez des services supplémentaires sur votre site dont un outil de contrôle online et un annuaire. Vous pouvez nous en dire plus sur chacun de ces outils ?

Romain Bellet. — Oui, pour faire découvrir notre technologie, nous avons imaginé de petits outils on line pour connaître instantanément (moins le temps de calcul) la notoriété ou les meilleurs positionnement d'un site, ou encore un match concurrentiel entre 2 sites. L'annuaire du référenceur permettra d'apporter aux utilisateurs de nos produits, et aux autres, une source d'informations pour trouver un prestataire en référencement ou réaliser eux même leur référencement.

«**Moteurzine**». — Et sinon, quels sont vos projets à moyen / long terme concernant votre service Yooda ?

Romain Bellet. — Il reste beaucoup de choses à mettre en place, surtout au niveau du logiciel qui a vocation de devenir le meilleur ami du référenceur. Toutefois, nous devrions proposer une version complète pour le second semestre 2003.

«**Moteurzine**». — Pour terminer, pouvez-vous nous dire quel est votre site Internet préféré et pourquoi ?

Romain Bellet. — Citationsdumonde.com : partir du bon pied le matin avec la citation du jour aide

toujours...

«**Moteurzine**». -- Merci pour vos réponses.

ATTENTION

La liste des abonnés n'est pas disponible. Nous ne la donnons ni ne la revendons à personne. En revanche, vous pouvez sponsoriser notre lettre d'information : contactez-nous pour discuter des modalités.

[Abonnement gratuit à « Moteurzine »](#)

[Désinscription de « Moteurzine »](#)

© 1999 à 2002 par [IDF.net SARL](#)
