

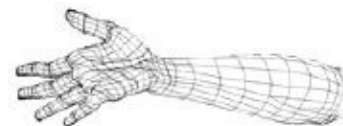


numéro soixante-douze (#72)

le mardi 1er avril 2003



Sommaire



- [Sommaire](#)
- [Editorial](#)
- [Le monde selon Google](#)
Les data centers
- [La page des moteurs et métamoteurs](#)
Les moteurs – Au delà du "html"
- [Les entreprise et les outils de recherche](#)
Etude de cas : Raining Data – 2
- [Mesurer la visibilité](#)
Relevé des sites leaders au 31/03/2003 pour le mot clé "création site internet"
- [Enfin, les informations](#)
- [Les outils de recherche francophones](#)
- [Article](#)
Les nouveaux business models des portails
- [Conclusion](#)

[Le dernier Moteurzine en html](#)

[Le dernier Moteurzine en PDF](#)

[Les archives de Moteurzine](#)

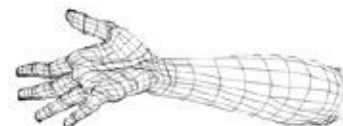
[Ecrire à Moteurzine](#)



[des rencontres dans votre ville](#)



Éditorial



Encore, encore de l'information

Christophe (Intelligence Center) s'occupait de la rubrique sur le web invisible. Malheureusement, il doit l'arrêter. Je tiens quand même à le remercier pour sa série de chroniques où il nous a présenté ce qu'est le web invisible et la manière de l'exploiter.

D'un autre côté, nous avons Christophe (Yooda) qui prend en charge une chronique autour de la mesure de visibilité d'une expression. Cela promet d'être intéressant et enrichissant. N'hésitez pas à lui faire parvenir vos commentaires pour qu'il adapte sa chronique au mieux à votre attente.

De même, je tiens à remercier Raphael (CVFM) pour ses deux articles. Si certains d'entre vous se sentent le courage d'écrire autour du monde des outils de recherche... la rubrique article de MoteurZine vous est ouverte. Et les interviews ??? Plus tard, plus tard...

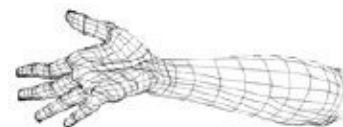
Attention, tous les éditos ne sont pas à double voire à triple sens... certains, comme celui-là, sont gentils. Mais ne vous en faites pas, j'ai de quoi dire du mal... non, la vérité sur xxx et sur yyy, simplement, "j'suis pas d'humeur aujourd'hui !"

Bonne lecture à tous et n'oubliez pas de vérifier s'il n'y a rien sur votre dos de temps en temps...

par CHRIS HÉDÉ



Le monde selon Google



Les data centers

Nouveau Data Center chez Google

Vous connaissiez tous les 8 premiers Data Centers de Google, répartis aux Etats-Unis et en Europe. Alors que Google a officiellement ouvert son quartier général à Dublin, nombreux sont ceux qui pensent qu'ils ont voulu cacher leur 9eme Data Center. D'ailleurs Intelligence Center le confirmait en faisant remarquer que Google cherche à recruter des techniciens spécialisés pour les centres de données. Mais voilà : à trop vouloir en faire, le tout nouveau centre de données a déjà des problèmes, avec un début d'incendie qui détruit l'un des serveurs.

Scoop : DeepIndex possède trois data centers

Alors que le monde entier a les yeux braqués sur les serveurs de Google (à moins que ce soit sur la TV ?), le moteur qui fait parler de lui de plus en plus en Europe vient de mettre en place 3 centres de données. WebRankInfo a découvert les fameuses URL qui étaient restées jusqu'à maintenant jalousement cachées. Il s'agit tout simplement de <http://www.dc1.deepindex.com>, <http://www.dc2.deepindex.com> et <http://www.dc3.deepindex.com>.

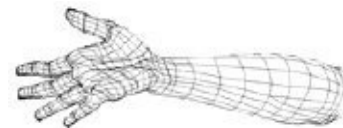
Tout comme Google, ces adresses permettent d'interroger les différents serveurs du moteur de recherche, ce qui est particulièrement utile au cours des DeepDance, les mises à jour majeures du moteur. En effet, il suffit de lancer une requête et de comparer les résultats entre les trois serveurs pour se rendre compte immédiatement si son site a gagné des places.

D'après nos renseignements, ces serveurs seraient tous situés à Paris, mais sur le point d'être transférés pour une autre ville... nous allons essayer d'en savoir plus et, pourquoi pas, de trouver prochainement des photos !

par Olivier DUFFEZ de WebRankInfo



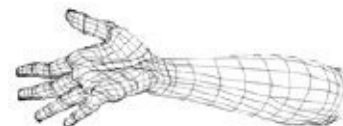
Rechercher sur Enfin



Les pages : françaises anglaises



La page des moteurs et
moteurs



Les moteurs – Au delà du "html"

Le langage HTML est indexé par tous les moteurs de recherche et ceci aussi bien dans les versions statiques que dynamiques des sites. Mais au delà, les choses se corsent lorsque le moteur de recherche doit interpréter des fichiers au format Word, Excel ou PDF voire du flash.

Mais quelles sont les raisons pour indexer ce type de fichier ? Quel est l'intérêt ?

Les moteurs de recherche utilisent pour convertir ces types de documents des utilitaires d'interprétation ou de conversion. Il en existe pratiquement pour tous les types de documents courants.

Le travail de conversion est relativement bien exécuté, hormis le fait que ces fichiers ne sont pas vraiment fait pour une indexation dans les moteurs de recherche.

Il subsiste néanmoins la question d'opportunité d'indexation de ce type de documents.

Quel intérêt de faire indexer (volontairement ou involontairement) ces fichiers ?

Si dans l'utilisation quotidienne, chacun utilise couramment ces documents, qu'en est-il des moteurs de recherche ? Qui clique sur les liens que Fast et Google propose ?

Si chacun a indéniablement déjà téléchargé ce genre de fichiers sur des sites, qui les chargent directement à partir d'un moteur de recherche ?

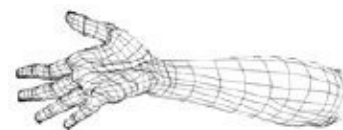
A vrai dire, je pense que pour certains types de fichiers vous vous exposez à des risques (par ex. des virus...), car vous ne pouvez certifier la qualité d'un document. Vous allez me dire que dès que l'on touche au web, on s'expose. D'autre part, renseignement pris auprès de quelques sources ... Merci IMITIKI ... ce type de fichier n'est pas téléchargé en grande quantité.

Certes les moteurs ont la capacité de faire ce type d'indexation, il n'en reste pas moins que cela pose des problèmes liés à la sécurité informatique (la votre et celle des moteurs) et aussi des problèmes de ressources, car ce type d'indexation / conversion est extrêmement lourd à digérer, pour le moteur, mais aussi pour l'utilisateur, qui dans le cadre du parc français dispose encore beaucoup des classiques modems à 56K...

par Gilbert WAYENBORGH de **DeepIndex**



Les entreprises et les outils de
recherche



Etude de cas : Raining Data –2

Rappel du précédent numéro

Qui est Raining Data ?

Raining Data Corporation est basée à Irvine en Californie et propose une suite de logiciels permettant aux développeurs de créer des applications professionnelles. Raining Data est le résultat de la fusion des sociétés PICK Systems et OMNIS.

Nous avons laissé Raining data au moment où le travail d'analyse et de préparation de la cellule Web avait terminé les travaux préparatoires au référencement et la communication Web.

Le travail de préparation et d'analyse a permis à QuadraMultiMedia de lancer l'opération de référencement.

Le référencement a été fait sur deux axes :

- La clientèle multivaluée (PICK et D3)
- La clientèle RAD (OMNIS)

Raining Data supervisant la Belgique, le Luxembourg, La Suisse et l'Afrique, nous avons fait un référencement francophone plutôt que français.

De décembre à février les sites <http://www.rainingdata.com/fr/> et <http://www.omnis.net/fr/> ont été soumis au moteurs ou annuaires d'Europe ou d'Afrique francophone.

En janvier, nous pouvions constater les résultats suivants :

Augmentations

- du nombre de visiteurs : deuxième plus gros trafic mondial des sites Raining Data
- du nombre de contacts par Email : 200%

Augmentations

- du nombre de prises de contact direct
- retour de certains partenaires qui avaient délaissé la marque
- demandes d'information de la part de clients privés de partenaires

En quelques mois le pari qui consistait à faire connaître le nom de Raining Data aux utilisateurs de PICK et de OMNIS était presque gagné.

L'essentiel aura été toutefois atteint puisque les clients habitués aux noms de PICK Systems et de OMNIS

auront pu rapidement intégrer le nom de Raining Data comme fournisseur de leurs logiciels.

Nota : Dans le même temps, un courrier recommandé a été envoyé à tous les propriétaires de sites Web utilisant dans leurs META les marques déposées de Raining Data.

Cette disposition légale a permis d'augmenter considérablement la pertinence des requêtes et le « détournement » abusif de clientèle .

IMPORTANT : Notre référencement manuel n'a pas seulement reposé sur les « grands » moteurs et annuaires. Nous avons comme à l'habitude déclaré les sites sur des outils de recherche moins médiatiques comme : Souany, Thoreycity, Mylinea, etc... Soit une liste d'environ 250 annuaires.

Nous avons pu constater que ces outils avaient avec le temps gagné un peu plus en audience auprès des internautes par leur sérieux et leur méthodes de travail qui ressemblent à débuts de beaucoup des grands moteurs ou annuaires actuels.

Référencement spécifique

Le site OMNIS possédant un espace de téléchargement, nous avons référencé celui-ci dans une dizaine de téléchargement gratuit comme <http://www.telecharger.com>.

Home >> Recherche de omnis

logiciels affichés : 1 à 10 sur 2

organisés par : note [langue](#) [date](#) [nombre de téléchargements](#)
[afficher que les gratuits](#)

Omnis Studio v 3.2.1

Permet de créer des solutions e-business et de gestion d'informations pour les sociétés de n'importe quelle taille

Taille: 38.57 OS: Windows NT/95/98/2000/ME/XP Licence: shareware 54

Répertorié dans [Sommaire](#) >> [Développement](#) >> [Creation de logiciel](#)

La version téléchargeable est une version d'évaluation complète mais limitée. Si les internautes sont intéressés par une version commerciale, ils peuvent prendre contact avec le service commercial de Raining Data.

Depuis la mise en ligne sur les sites de téléchargement, Raining Data reçoit et traite de 50 à 60 demandes de renseignement commerciaux par mois pour les logiciels OMNIS.

Le bulletin d'information

Avant que la première campagne de référencement ne prenne fin, la cellule Web a lancé un bulletin électronique : « **Vendredi point com** »

Ce bulletin d'information mensuel exclusivement diffusé à des abonnés du site a permis à Raining Data de passer au tout électronique pour sa communication globale. Le nombre d'abonnés actuels, utilisateurs des logiciels de Raining Data au service est de 750.

« Vendredi point com » est présent dans les META du site Web et est également référencé sous l'adresse <http://www.rainingdata.com/fr/actualite/> auprès de GOOGLE mais aussi de listes de diffusion.

La création et le référencement d'un portail fédérateur

Raining Data ne vend ses logiciels qu'à des professionnels du développement qui eux mêmes commercialisent leurs solutions auprès d'un public d'entreprises publiques ou privées.

La problématique était la suivante :

Comment augmenter les ventes de logiciels aux partenaires et surtout comment aider les partenaires à augmenter leurs ventes de solutions ?

Plusieurs réunions de travail ont été nécessaires pour trouver des pistes qui se devaient être selon le cahier des charges

Economiques

Maîtrisables et indépendantes

Rapides et faciles à déployer.

Nous avons proposé entre autre à Raining Data la création d'un annuaire/portail dans lequel seraient présentées toutes les solutions de ses partenaires. Il a été également décidé de dédier une des rubriques à l'information des partenaires.

Pour ce faire, nous avons créé un annuaire sous l'adresse suivante <http://www.mylinea.com/rainingdatasolutions/>.

Chaque partenaire agréé a pu inscrire son site dans les grandes catégories générales. Une catégorie spécifique "Raining Data les produits et les services" permet aux partenaires de trouver des informations techniques ou commerciales.

Le portail/annuaire a ensuite été référencé de la même façon que les sites D3 et OMNIS. Bien entendu, des liens avec les autres sites de Raining data ont été mis en place.

Cette vitrine promotionnelle a permis aux partenaires de Raining Data d'être présent en un même endroit sous la bannière de Raining Data et d'enregistrer des contacts de prospects. Certains l'ont mis en page de démarrage de leur connexion à l'Internet.

L'exploitation de ce portail/annuaire et son référencement ont permis à plusieurs partenaires de Raining Data de réaliser des affaires.

L'originalité de cette démarche et le trafic ont intéressé Espotting qui a décidé d'ajouter le portail/annuaire dans sa liste d'affiliés.

Depuis cette année, le portail/annuaire s'est enrichi d'une rubrique actualité.

L'introduction du positionnement payant

QuadraMultiMedia a été un des premiers partenaires Espotting en France. Les arguments de leurs commerciaux et la puissance de l'outil nous permettait d'envisager de bons résultats.

Raining Data est une entreprise américaine avant tout, le fait pour eux de payer exclusivement en cas de résultat (internaute dirigé sur le site) a su les convaincre. Ils furent néanmoins notre premier client de grande taille à se lancer sur ce nouveau média de promotion.

QuadraMultiMedia après avoir créé la campagne promotionnelle s'est vue attribuer la gestion des enchères ainsi que celle des suggestions de mots clés.

Après quelques mois de « mandat de gestion », une courte formation à la gestion de l'outil a été faite à la cellule marketing qui depuis gère elle-même sa campagne.

Quelques mois plus tard, nous avons ouvert une campagne chez Overture.

Les campagnes promotionnelles nous ont permis de communiquer rapidement et avec précision à destination des utilisateurs recherchant exclusivement des mots précis : PICK, multivalué, OMNIS.

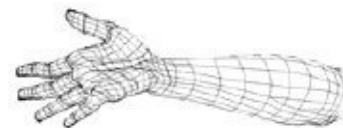
Cette stratégie s'est avérée payante puisque choisie au moment où la majorité des moteurs ou annuaires « basculaient » dans le tout payant.

La précision et la pertinence des contacts a été apprécié par Raining Data qui a pu renouer le contact avec des utilisateurs ou des professionnels qui n'avaient plus d'information sur les anciennes sociétés PICK et OMNIS.

par Jean-Claude BENARD de Quadramultimédia



Espace publicitaire



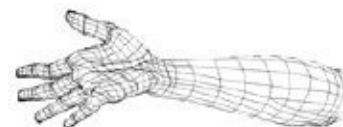
Développez votre indice de popularité...

- pour 0 euros en passant 3 jours à référencer votre site dans les **150** outils généralistes d'Enfin (**ICI!**).
- pour 55 euros en passant 5 minutes en commandant un référencement dans les **150** outils généralistes d'Enfin (**LA!**).

– **votre publicité lue par 16.000 personnes !** –



Mesurer la visibilité

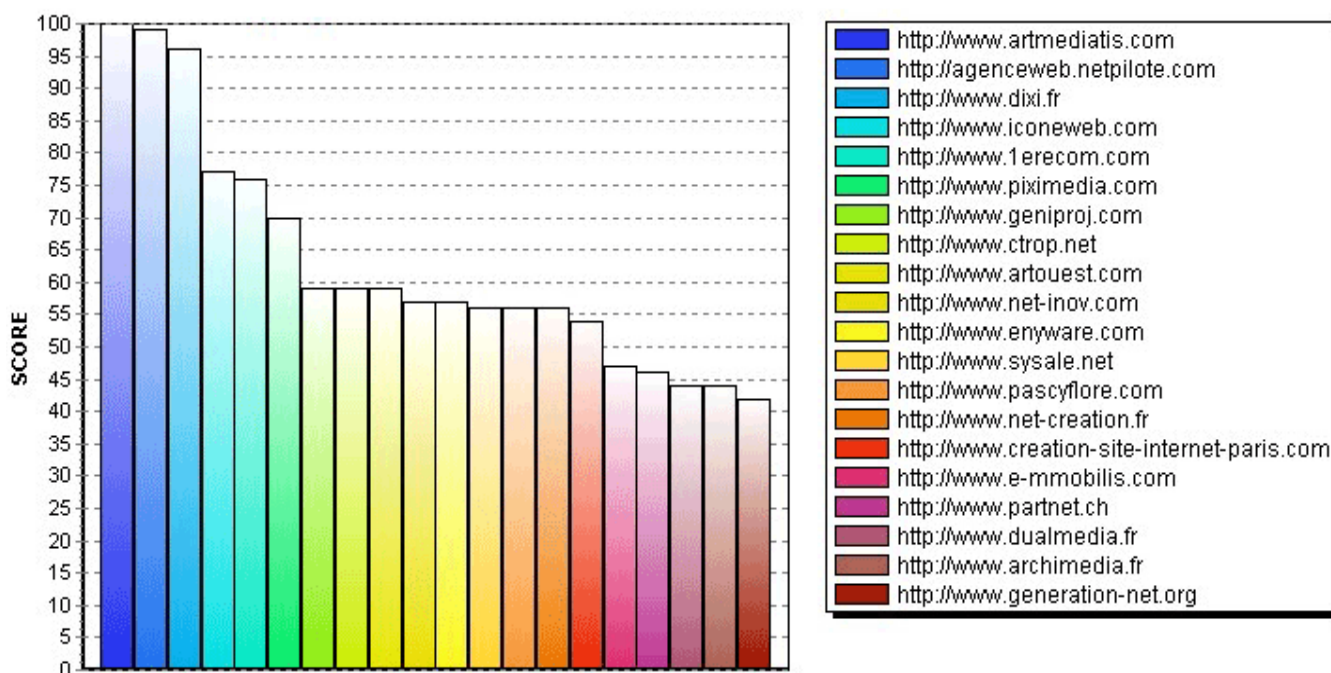


Relevé des sites leaders au 31/03/2003 pour le mot clé "création site internet"

Thématique de recherche :

Etre visible sur interne est une nécessité mais faut-il encore avoir un site internet !

Voici le relevé des 20 sites leaders pour le mot-clé « **création site internet** » sur les moteurs de recherche majeurs.



Moteurs de recherche majeurs : (sources @position / estat)

www.google.com	www.mol.fr	www.voila.fr
www.yahoo.com	www.msn.com	www.nomade.fr

Décrypter :

Le relevé de leaders répond à la question "qui est le mieux positionné ?" et non pas "qui est le plus visible ?".

Le relevé des leaders est réalisé en analysant les 40 premières positions des outils de recherches majeurs. Les résultats obtenus après pondération sont ramenés en base 100 pour des questions de simplicité de lecture.

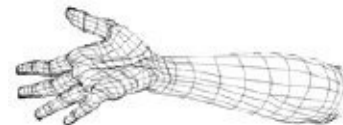
Lors de la recherche, l'ensemble des pages trouvées pour un même nom de domaine sont prises en compte et sont rassemblées sous l'URL racine (page d'accueil).

Pour toute suggestion de thématique de recherche : enfin@yooda.com.

par Christophe BOULVIN de **Yooda**



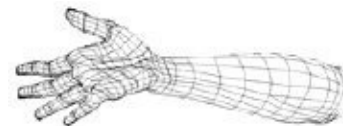
Espace publicitaire



– **vosre publicité lue par 16.000 personnes !** –



Enfin, les informations



Vous êtes le responsable d'un moteur ou d'un annuaire ? Vous travaillez dans le référencement ?
Communiquez et insérez gratuitement votre actualité ici.

29/03/2003 : "Avoir son propre moteur de recherche avec DeepIndex"

DeepIndex propose un nouveau service autour de son moteur de recherche, c'est DeepIndex InSite et la possibilité pour les internautes d'avoir leur propre moteur de recherche pour leur site. InSite est actuellement en bêta version et devrait sortir courant avril en version finale. DeepIndex InSite existe en version gratuite avec des liens sponsorisés et limité à 500 pages.

27/03/2003 : "Un nouvel annuaire pour les femmes : Santé Beauté Femmes"

Santé-beauté-femmes.com est un nouvel annuaire destiné au public féminin. Cet annuaire se veut être un guide pour les femmes qui sont à la recherche de l'information au quotidien.

26/03/2003 : "Yahoo pas si rentable que ça... finalement"

« En fin de semaine dernière, le portail Yahoo a publié son rapport annuel selon le format requis par la Commission de sécurité boursière américaine (SEC). Appelé "Form 10-K", ce rapport annuel est exigé pour les sociétés cotées d'une certaine taille. Il doit être publié au plus tard 90 jours après la fin de l'année fiscale et permet de connaître dans le détail les comptes de la société. La publication de ce rapport a été pour Yahoo l'occasion de procéder à quelques modifications en comparaison avec les données publiées début janvier. Selon le rapport 10-K donc, le portail aurait affiché une perte de 440 millions de dollars en 2002 au lieu d'un résultat net positif de 43 millions s'il avait évalué les stocks options comme s'il s'agissait d'actions, et donc selon leur cours actuel. »

25/03/2003 : "Lycos se rajeunit et propose plein de nouveaux services"

Lycos est de retour sur la scène des outils de recherche. Il est important de noter que l'annuaire vient de subir un rajeunissement qualitatif à savoir il passe d'un guide léger à un annuaire complet. A côté, de nouveaux services apparaissent, services bien utiles pour la veille, comme connaître à la seconde près les requêtes tapées par les internautes, de même que les 100 mots les plus saisis du mois précédent avec une petite analyse et pour couronner l'ensemble, le "lycos fight" qui permet de comparer la présence de deux mots dans la base de Lycos.

25/03/2003 : "Les annuaires ont ils encore un avenir ?"

Aujourd'hui, quel est l'intérêt d'être présent dans Yahoo! ? Les résultats d'Espotting apparaissent avant et ceux de Google sont aussi bien mis en avant... donc, aucune raison de rechercher une présence sur Yahoo!. Et malheureusement, c'est pareil avec tous les annuaires... quand à l'argument qu'être présent sur Yahoo! ou l'ODP améliore son PR (page rank), cela est faux aujourd'hui... ce n'est qu'un élément de calcul du PR comme de nombreux autres.

25/03/2003 : "Foxnews revend son page rank (PR)"

Foxnews, le site de la télé-propagande américaine, a un PR de 8. La chaîne a décidé de profiter de ce PR en revendant des liens sur la page de garde. Google, généralement, supprime le PR des sites agissant ainsi.

25/03/2003 : "Mise à jour de la version Entreprise du moteur de recherche Fast"

Fast Search & Transfer ASA vient de sortir une nouvelle version de son logiciel de moteur de recherche pour entreprises.

24/03/2003 : "Deepindex veut fédérer un réseau français d'outils de recherche"

L'objectif est de rendre les outils de recherche français plus visible grâce à un échange de partenariat. La visibilité des outils de recherche francophones reste minorée par rapport à leur qualité mais aussi dans l'actualité dominée par les outils de recherche internationaux. DeepIndex met donc en place un réseau contenant des liens vers d'autres outils de recherche d'origine

francophone.

Tous les outils y sont intégrés gratuitement, il leur suffit de faire un lien dynamique à partir de leur propre résultat de recherche.

24/03/2003 : "Pour ou contre Google, chaque camp a ses arguments"

Google est un moteur de recherche comme d'autres, simplement à la différence de Teoma ou de Gigablast, Google domine le monde des outils de recherche sur Internet depuis quelques années. Aujourd'hui, Google arrive à plus de 200 millions de requêtes par jour. Les détracteurs de Google lui trouvent des défauts inadmissibles, Google se justifie en expliquant que ces défauts apparaissent dans tous les moteurs de recherche et que le possible est fait pour les corriger.

21/03/2003 : "Le retour du moteur de recherche Apocalx Now"

Apocalx Now avait été inaccessible pendant plusieurs semaines. La raison est toute simple, un succès trop important en fonction des ressources disponibles. Aujourd'hui, Apocalx Now est de retour en utilisant la technologie de Vortex Viper, un autre outil de recherche avec la même équipe de développement derrière.

21/03/2003 : "Le site portail Skynet.be s'associe à Google"

« Belgacom Skynet a fait appel au moteur de recherche Google pour son site portail Skynet.be. En effet, la fonction de recherche du portail Skynet.be fera dorénavant appel à la technologie de Google et non plus à celle d'Altavista, qui remplissait jusqu'alors ce rôle. Belgacom Skynet a préféré fournir à ses clients le moteur de recherche le plus apprécié des internautes. Par ailleurs, l'intégration de ce moteur de recherche sur son portail fait également de Belgacom Skynet le plus grand partenaire belge du programme 'Sponsored Links' de Google. Il s'agit d'un programme permettant, contre paiement, d'associer des liens à une série de mots clés et de faire apparaître ces mêmes liens en tête d'une page affichant des résultats de recherche en rapport avec eux. »

21/03/2003 : "Avec KelBest, Kelkoo prend de vitesse Froogle"

« Kelkoo annonce le lancement en juin prochain de KelBest, un nouveau moteur de shopping exhaustif et ultra rapide. (...) Visiblement inspiré par la menace "Froogle", le shopbot de Google, KelBest proposera un référencement gratuit à tous les marchands afin de proposer une recherche exhaustive aux internautes. Kelkoo précise néanmoins que "Pour être référencés gratuitement sur le nouveau moteur connu sous le nom de Kelbest, les marchands devront fournir à Kelkoo leurs fichiers catalogues au format approprié, et s'engager à fournir un bon service aux acheteurs", sous peine d'être retirés de l'index en cas de plaintes répétées ! »

20/03/2003 : "L'achat par Yahoo! d'Inktomi est définitivement confirmé"

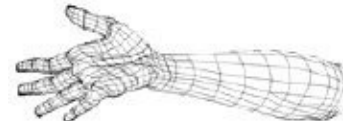
La société Internet Yahoo Inc. a confirmé que l'acquisition de la société spécialisée dans la technologie de recherche Inktomi Corp. vient d'être finalisée. Yahoo! rachète les actions d'Inktomi au prix unitaire de 1,65 dollars.

20/03/2003 : "Yahoo! aime jouer avec la sécurité de son réseau"

Un internaute a réussi à trouver un accès sur deux machines de Yahoo! qui n'étaient pas protégées. Cet accès lui permettait de rentrer dans le firewall de Yahoo! et d'y devenir "root". Yahoo! a très vite comblé ces deux failles. En soit, ce n'est pas gênant sauf que ce n'est pas la première fois que cela arrive. Il semble que Yahoo! a des difficultés à mesurer le risque que cela représente.



Les outils de recherche
francophones



28 mars 2003

Vertigoclub

Le nouvel annuaire gay des sites les plus chauds du net gay persos ou pros.

27 mars 2003

Annuaire du quartier du Marais (Paris)

Cet annuaire fait par ses habitants vous ouvre une fenêtre sur le Marais à Paris et vous aide à participer à la vie et accéder aux richesses de notre quartier.

Santé Beauté Femmes

Annuaire sur la santé et la beauté. A travers cet annuaire, chaque femme trouvera les informations qu'elle peut désirer pour sa vie au quotidien.

26 mars 2003

Yatou.net

Guide webmaster proposant toutes les informations nécessaires à la création et à la gestion de votre site.

25 mars 2003

100 % telechargement

Trouver en quelques clics vos jeux gratuits et logiciels à telecharger.

24 mars 2003

France Politique

Portail francophone de la vie politique en France et en Europe.

CTBA

Le CFTBA recense les meilleurs sites de la filière bois.

22 mars 2003

Planète-éducation

Portail de l'éducation sur les applications et usages pédagogiques d'Internet pour l'enseignement et la formation.

21 mars 2003

Sites en Midi-Pyrénées

Annuaire des sites en midi-pyrénées. Toutes les activités, toutes les rubriques : culture, divertissement, économie, charme...

20 mars 2003

Référencement manuel

Prestataire en référencement.

France colocation

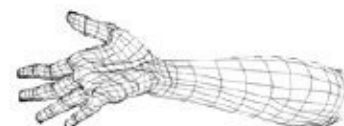
Consultez toutes les offres et les demandes de colocation en France.

Associtoo

Annuaire d'associations.



Espace publicitaire

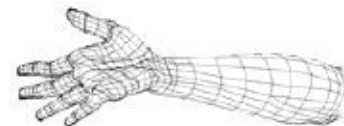




– votre publicité lue par 16.000 personnes ! –



Article par
Raphael RICHARD



Les nouveaux business models des portails

Dans le contexte actuel, le rachat d'Altavista et de Fast par Overture, peut être interprété comme la prise de contrôle de sources d'approvisionnement en clic par l'acteur qui sait le mieux les commercialiser mais qui dépend beaucoup trop de ses partenaires fournisseurs de clics qui peuvent lui couper les clics d'une année sur l'autre.

Mais, ce rachat correspond aussi à une autre logique: celui de l'intégration de technologies qui devront à l'avenir s'intégrer dans le référencement payant.

Aujourd'hui, le deal typique que propose Overture a ses moteurs de recherche partenaires (les affiliés) est le suivant :

- vous fournissez des résultats de recherche (sur le web généraliste –msn.fr–, sur le web thématique –guide–tourisme.com–, dans une base de données privée –latribune.fr–)
- nous nous chargeons de commercialiser vos premières positions et vous reversons une partie du prix du clic

Mais avec l'arrivée de Google sur le marché du clic payant, la donne change, puisque Google arrive en étant capable de proposer deux choses: intégrez dans votre portail les résultats de l'outil de recherche le plus populaire du monde et en plus, affichez les Adwords dont nous partagerons les revenus avec vous.

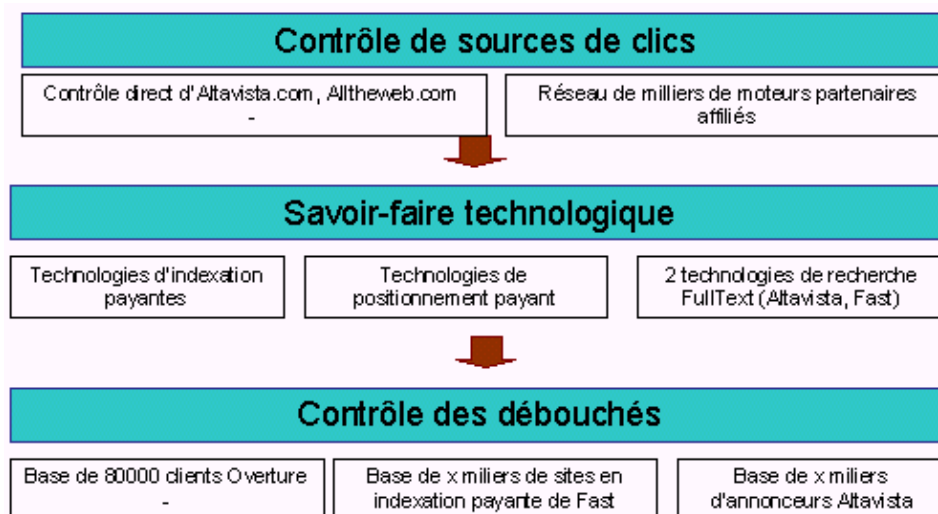
Le business model d'Overture était donc potentiellement menacé. Aussi, le rachat de deux sociétés en pointe dans le domaine de la recherche devrait permettre à Overture de pouvoir produire et présenter une offre similaire : un super moteur de recherche et une source de revenu pour portail.

Mais Overture se positionne aussi sur le marché de l'indexation payante. Depuis deux ans, Inktomi, Altavista ont introduit le principe de l'indexation de pages payantes dans les outils de recherche. Fast-All the web leur a emboité le pas. Deux grands systèmes co-existent : l'indexation accélérée d'URL et l'indexation enrichie de pack de centaines d'URL, qui permet à ces dernières d'obtenir de meilleurs classements dans les résultats naturels des moteurs de recherche.

Overture contrôlerait ainsi trois aspects essentiels pour l'avenir de la recherche commerciale :

- Des sources de clics
 - ◆ le réseau de milliers de moteurs affiliés d'Overture
 - ◆ deux sources de clics majeures: av.com et alltheweb.com pour alimenter ces acheteurs de clics de recherche
- Des technologies
 - ◆ positionnement payant
 - ◆ indexation payante

- ◆ recherche Full Text pure : celles d'Altavista et celles d'alltheweb
- Des bases de clients
 - ◆ une base de données de 80000 clients payeurs de clics
 - ◆ la meilleure maîtrise commerciale de commercialisation de positions payantes



Dans ce contexte, Overture apparaît désormais comme un concurrent frontal de... Google.

Avec Yahoo, le trio est probablement en train de dessiner le business model de la recherche sponsorisée de demain où l'annonceur pourrait donc être contraint de payer désormais très systématiquement

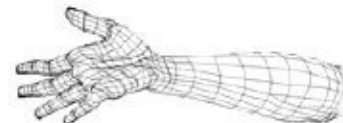
- la présence dans l'index en PPC ou en abonnement simple (en version Overture)
- la première position en PPC ou CPM
- la soumission express (version Yahoo)

Ces trois formes de présence n'ont rien de bien nouveau. Ce qui est nouveau en revanche, c'est le fait que trois acteurs convergent vers le passage obligatoire pour un site par au moins une des formes de référencement payant, si ce site désire être présent non seulement dans les portails de recherche qu'ils contrôlent en direct mais aussi par les portails partenaires dont ils alimenteront les résultats de recherche.

par Raphael RICHARD de CVFM



Conclusion



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 »

les crédits

Chronique sur « Google »	<u>Olivier DUFFEZ</u> de <u>WebRankInfo</u>
Chronique sur les moteurs	<u>Gilbert</u> <u>WAYENBORGH</u> de <u>DeepIndex</u>
Chronique sur les entreprises	<u>Jean-Claude BENARD</u> de <u>Quadramultimédia</u>
Chronique sur la mesure de visibilité	<u>Christophe BOULVIN</u> de <u>Yooda</u>
Infodesign	<u>Max</u> , le talentueux !
Le reste (mise en page, édito, actualités, les nouveautés et l'interview)	<u>CHRIS HÉDÉ</u> de <u>MoteurZine / Enfin</u>

© 1999 à 2003 par **IDF.net**