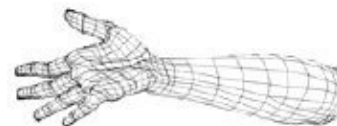


numéro soixante-treize (#73)

le vendredi 11 avril 2003



Sommaire



- [Sommaire](#)
- [Editorial](#)
- [Le monde selon Google](#)
Conseils pour améliorer son référencement sur Google – 1
- [La page des moteurs et métamoteurs](#)
Les métamoteurs – IcySpicy
- [Les entreprise et les outils de recherche](#)
Etude de cas : Raining Data – 3
- [Enfin, les informations](#)
- [Les outils de recherche francophones](#)
- [Article](#)
Mesurer l'efficacité de son référencement ?
- [Conclusion](#)

[Le dernier Moteurzine en html](#)

[Le dernier Moteurzine en PDF](#)

[Les archives de Moteurzine](#)

[Ecrire à Moteurzine](#)

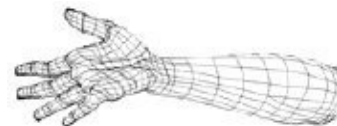


[l'emploi](#)

[spécialisé High Tech](#)



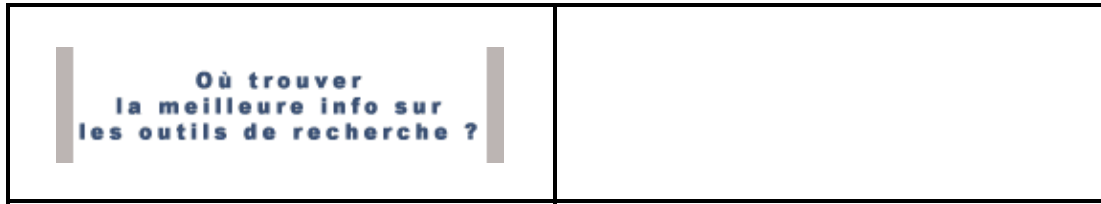
Éditorial



Un peu de pub...

Beaucoup de webmasters m'ont réclamé un bouton, un bandeau pour faire un lien vers MoteurZine. Je n'en avais pas jusqu'ici. Aujourd'hui, c'est possible. Caroline, de [Crea-Interactive](#) m'a fait un bandeau

et il est... génial. Donc, je vous invite, je vous encourage tous à utiliser cette bannière et faire un lien vers votre bulletin d'information préféré sur les outils de recherche, MoteurZine !



Attention, pensez à mettre ce bandeau vers MoteurZine sur votre site perso ou professionnel. Vous êtes plus de 16.000 lecteurs, j'irais visiter vos 16.000 sites d'ici le prochain numéro et tous ceux qui n'auront pas mis la bannière passeront sur la version payante de MoteurZine. :)

Dans ce numéro, David Degrelle de 1ère Position nous explique comment "mesurer l'efficacité de son référencement". Un article bien intéressant que je vous invite à lire, à relire et à rere lire et surtout, à mettre en application. Merci David.

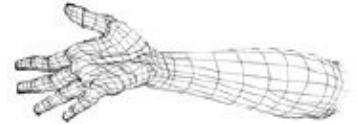
Dans le numéro précédent, Olivier a fait un "gros" poisson au niveau de sa chronique sur Google pour le 1er avril. Très peu d'entre vous l'ont vu ou, au moins, ont réagi. A croire que les 16.000 lecteurs estiment que MoteurZine est trop sérieux pour avoir un humour comme les autres.... et bien perdu !!

Bonne lecture à toutes et tous,

par CHRIS HÉDÉ



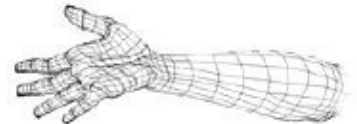
Rechercher sur Enfin



Les pages : françaises anglaises



Le monde selon Google



Conseils pour améliorer son référencement sur Google – 1

1– Créez du contenu

La règle numéro un est sans conteste d'avoir un site au réel contenu. Cela paraît tout simple mais il est primordial d'avoir un contenu utile et original. Cette règle ne s'applique d'ailleurs pas qu'à Google mais à toute création de site pour lequel on cherche à créer du trafic : il faut intéresser le visiteur ! Il est également indéniable qu'un gros site (plus de 100 pages) aura bien plus de chances d'être bien classé qu'un petit site de 10 pages. Ayant plus de contenu, vous avez plus de mots-clés susceptibles de correspondre avec une recherche sur Google.

2– Obtenez de nombreux liens externes de qualité

Il est indispensable d'avoir un grand nombre de liens pointant vers votre site. S'ils ne viennent pas tout seuls, faites des échanges de liens. Il est parfois intéressant d'avoir un lien vers une page différente de la page d'accueil : le lien sera sans doute plus ciblé en terme de contenu, donc plus intéressant pour le

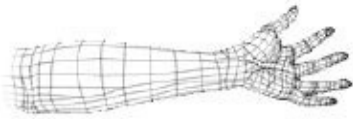
visiteur, et vous améliorerez directement le PageRank de votre page spécifique. Choisissez bien (dans la mesure du possible) les sites à qui vous demandez de faire un lien vers le vôtre. Privilégiez bien sûr les sites au thème similaire et ayant un bon PageRank. N'oubliez pas de demander un lien avec le format optimal (un lien texte contenant vos mots-clés les plus importants).

3– Choisissez soigneusement un titre différent pour chaque page

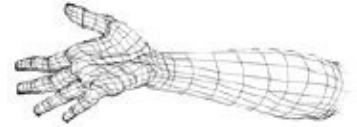
C'est un des critères les plus importants, et qui plus est, très simple. Le titre doit refléter le contenu réel de la page. Il ne doit pas être constitué d'une série de mots-clés, bien que le choix des mots soit primordial. Placez de préférence les mots les plus stratégiques au début. Limitez-vous à environ 70 caractères. A moins que le nom de votre site soit très connu, cela ne sert à rien de l'y faire figurer.

Vous pouvez éventuellement remplir la balise meta description mais les autres ne servent plus à rien (meta keywords ou meta revisit after).

par Olivier DUFFEZ de WebRankInfo



La page des moteurs et
métamoteurs



Les métamoteurs – IcySpicy

IcySpicy ou le métamoteur à la recherche glacée et brulante à la fois

Le métamoteur IcySpicy a été fondé en 1998. Pour cet outil de recherche, il n'y a pas d'université américaine ou de chercheur un peu fou, derrière... juste une initiative personnelle. Pour Forbes (magazine américain qui est lu le soir pour s'endormir, généralement), IcySpicy est à mettre au même niveau que Google, Lycos, Yahoo! et Excite. Il est très difficile de croire le journaliste, mais, quand on voit que dans cette liste d'outils "sérieux", Forbes met Excite, on peut se dire que le journaliste "forbesien" qui a rédigé cela devait être soit un bon copain d'IcySpicy, soit il a abusé du whisky frelaté.



Copie écran de la page de garde du métamoteur IcySpicy

Enfin, loin de moi de dire du mal d'IcySpicy, c'est un métamoteur rapide, efficace et qui nous assomme pas de pop-ups et bannières dans tous les sens.

La recherche se fait sur les outils suivants : Google, MSN, Wisenut mais aussi Overture, Findwhat et Epilot.

En soumettant une requête, vous pouvez afficher les résultats selon la pertinence, la source ou bien le titre (classement alphabétique). Le classement par pertinence restant ce qu'il y a de mieux, je vous le confirme.



Copie écran de la page de résultat du métamoteur IcySpicy

Il est facile de constater que Overture, Findwhat et Epilot n'apparaissent pas dans les résultats ou tout au moins dans la liste des sources avec une recherche en français.

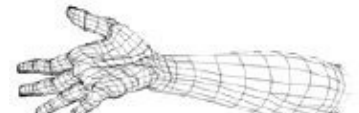
Et bien, pour ceux qui se demandent si IcySpicy est une société qui ne cherche qu'à fournir de l'information et rien que de l'information sans esprit de bénéfice... je vous rassure, NON. Overture, Findwhat et Epilot sont des "régies" publicitaires et proposent aux outils de recherche comme IcySpicy de mettre des liens sponsorisés dans leurs résultats... et à chaque clic, ces outils touchent une commission.

Vous comprenez donc pourquoi IcySpicy propose les résultats de 3 moteurs de recherche et de 3 régies publicitaires... il monte ainsi à 50% ses chances de voir cliquer sur les pubs et ainsi de devenir le nouveau Bill Gates américain.

Je vous invite donc de faire une recherche sur un terme plus porteur en anglais, comme travel (pour voyage) et là, vous allez voir s'envoler le côté philanthrope de IcySpicy. Damage.



Espace publicitaire



Développez votre indice de popularité...

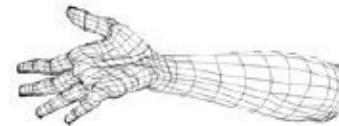
- pour 0 euros en passant 3 jours à référencer votre site dans les **150** outils généralistes d'Enfin (**ICI**!).

- 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 !** –



Les entreprises et les outils de
recherche



Etude de cas : Raining Data –3

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 ou avaient été mis en place le référencement classique, le recours au positionnement payant et à la création de leur annuaire/portail.

Les sites francophones de Raining Data étant devenus facilement accessibles aux internautes et les résultats de l'annuaire/portail étant plus que significatifs, Raining Data a pris la décision de basculer une grande partie de sa communication traditionnelle sur le Web.

Nous avons vu dans la précédente chronique que le bulletin électronique d'information « Vendredi point com » avait apporté aux partenaires et clients de Raining Data un plus certain.

Il ne manquait plus que l'information des futurs prospects ou clients à mettre au point.

Pour informer cette nouvelle population, il a été décidé de passer par services on–line, les plus efficaces du moment.

Ainsi, avec la cellule Web de Raining Data, nous avons mis au point des communiqués courts et correspondant à des annonces : produit, société, partenaires, salons & expositions.

Nous avons utilisé pour leur diffusion des sites de services aux Webmasters.

Nous avons annoncé entre autre la présence de Raining Data au salon APPLE Expo et le lancement des nouvelles versions OMNIS Studio au travers des services suivants :

- [Weborama](#)
- [Souany](#)
- [Francesurf](#)

Le relais entre GOOGLE et ces sites nous a permis d'enrichir considérablement le nombre de réponses concernant la vie de Raining Data.

Le recours à ce mode de communication n'est pas isolé mais intégré dans des actions globales.

Le référencement européen

Raining Data France étant comme nous vous l'avions indiqué le chef de file de l'Europe, le travail

réalisé a été présenté aux autres filiales européennes de Raining Data.

Après avoir étudié les difficultés que représentaient le travail de référencement traditionnel, les filiales italiennes et allemandes ont opté pour un programme de liens sponsorisés.

Bien que solidement implantées, ces filiales ont immédiatement compris le gain de notoriété et l'apport de trafic qualifié que représentait cette approche.

ESPOTTING étant présent dans ces deux pays, nous avons donc appris a créer en direct live des campagnes dans deux langues méconnues de l'équipe !!!

Les campagnes étant en ligne et actives, vous voyez que l'homme s'adapte à tout.

Ndla : Essayez en Norvégien ou en Suédois cela vaut vraiment le déplacement

L'Allemagne et l'Italie sont des marchés nouveaux pour ESPOTTING mais les actuelles réactions des internautes montrent que ces marchés seront vite majeurs.

Résultat de cette mise en place à compter de février 2003 :

février : environ 200 clics

mars : environ 350 clics

Les premiers contacts sont en cours de traitement.

Nota : De plus en plus d'entreprises à caractère européen ont leur siège ou une filiale en France. Proposer des campagnes multilingues peut être un atout pour conclure de nouvelles affaires.

Raining Data se montrerait très intéressé notamment par l'arrivée de liens promotionnels en Russie où elle est un des acteurs majeurs du monde des bases de données.

Il faut dire que le référencement traditionnel est actuellement un peu pointu !!! Enfin pour ceux qui veulent essayer, nous leur donnons ci-dessous quelques adresses :

- Yandex.ru
- Rambler.ru
- Aport.ru

N'oubliez pas de vous munir d'un dictionnaire russe/français ou d'un ami pratiquant le cyrillique.

Bilan du travail accompli avec Raining Data

interview de Bruno BENINCA Vice-président Europe du Sud

MZ : M. BENINCA que vous a apporté la nouvelle approche de présence active sur le Web ?

BB : Nous partions de loin. Nous n'avions pas pu trouver le temps et les moyens de bien communiquer, notamment sur la fusion des entreprises PICK Systems et OMNIS Software. Nous nous devons de réagir efficacement et un minimum de temps.

Raining Data est une entreprise de technologie et nous nous devons d'asseoir notre présence et le nouvel ensemble constitué par les deux pôles de clientèle issu de cette fusion.

Sans jamais avoir douté, je ne pensais pas que nous serions présents à ce point sur le Web.

Nous avons d'ailleurs fait des émules parmi nos partenaires qui nous demandent régulièrement des informations pour faire avancer leur communication Web.

Lors de l'une de ses dernière visites, l'un de nos dirigeants s'est montré enthousiaste et nous a demandé de mettre en commun au niveau mondial un certain nombre des idées mises au point en France.

MZ : Cette satisfaction est-elle la même en terme de résultats opérationnels ?

BB : La majorité de nos partenaires a été « sécurisée » par le fait de trouver facilement notre site en utilisant de simples mots comme « PICK » « OMNIS » « multivalué » ou « RAD » Cette présence nous a permis de renouer le contact avec des partenaires ou clients de partenaires qui se posaient la question de la pérennité de nos solutions.

MZ : Donc des ventes supplémentaires ?

BB : Oui. La mise en place des différents référencement nous a permis de recevoir énormément de demandes de cotation et un grand nombre de ces contacts sont devenus ou deviendront clients de nos solutions de développement.

MZ : Mission accomplie ?

BB : Certainement pas !!! Nous avons compris la pertinence de ces actions et décidé de continuer dans cette voie. La cellule Web a vu ses pouvoirs accru en termes de communication.

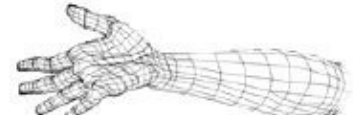
Notre équipe utilise à présent la veille concurrentielle et technologique afin de mieux répondre aux demandes et recherches des internautes.

De nouveaux produits sont et vont être disponibles pour nos partenaires, il est bien évident que c'est au travers des outils de recherche que nous les informerons le mieux.

par Jean-Claude BENARD de Quadramultimédia



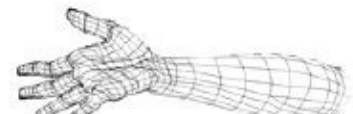
Espace publicitaire



– **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.

09/04/2003 : "Yahoo rafraîchit son outil de recherche et prépare l'après-Google"

« Yahoo ne veut pas être en reste sur le marché de la recherche web, dominé par l'incontournable Google. Le groupe de médias internet américain a présenté, le 7 avril, sa nouvelle interface de recherche Yahoo Search, accessible dès à présent en langue anglaise (new.search.yahoo.com). Il devrait être intégré ensuite dans d'autres propriétés du groupe, telles que le site d'emploi Hotjobs ou son service de petites annonces (Yahoo Personnels). Une déclinaison dans les portails nationaux n'a pas encore été évoquée. »

08/04/2003 : "Yahoo s'inspire de Google"

« Le site Web Yahoo! lance aujourd'hui une nouvelle version de son moteur de recherche offrant de nouvelles caractéristiques et dont l'interface épurée semble s'inspirer du célèbre Google. »

07/04/2003 : "Overture se risque dans la publicité "parasite" "

« L'un des principaux spécialistes du référencement payant, la société Overture, va s'appuyer sur les "spyware" (logiciels espions) de Gator Corporation pour offrir une plus grande visibilité à ses liens sponsorisés. Overture a signé fin mars un contrat de trois ans pour apparaître dans le service "Search Scout" de Gator. »

07/04/2003 : "Le checksum de la Google Toolbar"

Alors que la Google Dance ne saurait tarder, WebRankInfo détaille pour ceux qui ne le connaissent pas encore ce fameux "checksum" de la Google Toolbar. Certes il n'intéressera que les Googlers avertis, mais il semble qu'ils soient de plus en plus nombreux...

05/04/2003 : "un nouvel annuaire collaboratif : Agloulou.com"

Agloulou.com, ne vous noyez plus dans l'océan du Web ! C'est un nouvel annuaire collaboratif, c'est donc le moment pour soumettre vos sites et proposez de nouvelles rubriques.

04/04/2003 : "Affichez-vous sur ABC-Sites"

ABC-Sites remplace les bannières publicitaires par vos bandeaux. Si votre site est référencé dans l'annuaire, vous pouvez y voir votre bannière en haut de page ! Si vous n'y êtes pas encore, proposez votre site, il est toujours temps !

04/04/2003 : "Accord entre Amazon et Google sur le marché de la pub ciblée"

« Google a annoncé jeudi un accord de licence avec le distributeur en ligne Amazon.com, qui utilisera son moteur de recherche de pages web ainsi que ses services publicitaires. Cet accord, qui porte sur plusieurs années, marque l'entrée d'Amazon sur le marché des recherches mêlant publicités et résultats bruts. »

04/04/2003 : "MSN France : Notre modèle est totalement viable"

« Grégory Salinger (MSN France) : "Notre modèle est totalement viable sur la base de revenus publicitaires". Le PDG du portail a répondu aux questions des lecteurs du Journal du Net sur le business model de MSN, sa place dans la stratégie de Microsoft, ses projets de développement ou le futur de Messenger. »

03/04/2003 : "Francesurf implante l'indice Vumetrix au niveau de son site"

Francesurf vient d'implanter l'indice Vumetrix dans les pages résultats de son outil de recherche. De cette manière, les internautes peuvent savoir si les sites s'affichant dans la page résultat de Francesurf font parti du top 650.000 de Vumetrix. C'est une idée vraiment originale.

03/04/2003 : "Microsoft envisage de lancer son propre outil de recherche"

Un moteur de recherche avec une solution de PPC, voilà l'objectif pour les prochaines années de Microsoft. Overture n'apprécie pas du tout l'annonce et fait tout pour en

minimiser l'impact... après tout, Microsoft ne représente qu'un tiers des revenus d'Overture pour le 4ème trimestre 2002. Par contre, suite à cette annonce, l'action d'Overture a encore perdu de sa valeur, 11%.

03/04/2003 : "Overture (...) se met en concurrence avec ses affiliés."

« En absorbant AltaVista, Overture rapproche son business de celui de Google et redevient un site de destination. Mais ce faisant, il se met en concurrence avec ses affiliés. Les marchés financiers, qui n'aiment pas les brusques changements de business model ont lourdement sanctionné l'action d'Overture. Cette nouvelle donnée clarifie encore davantage notre positionnement : nous sommes devenus la seule régie publicitaire indépendante de liens sponsorisés. » (Interview avec Alain Sanjaume de Espotting)

03/04/2003 : "Microsoft un peu irrité du succès de Google"

« Le numéro mondial des logiciels, Microsoft, a laissé entendre qu'il était quelque peu contrarié de la popularité croissante du moteur de recherche Google. »

02/04/2003 : "DeepIndex se lance dans la géolocalisation de l'internet"

« Qu'est-ce que la géolocalisation ?
La géolocalisation permet de fournir un contenu de proximité à l'utilisateur. Ainsi lorsqu'un utilisateur lance une requête sur un outil de recherche, l'outil de recherche adapte les résultats en fonction de la localisation de l'utilisateur et la localisation des sites trouvés dans le moteur. »

02/04/2003 : "Mylinea contre les robots de référencement automatique"

Mylinea, la communauté des annuaires de recherche, vient de mettre en place un filtre pour empêcher les soumissions automatiques dans la base des annuaires de ses membres suite à la demande de certains. Tous les membres ne sont pas enchantés devant cette initiative.

01/04/2003 : "Terra Lycos prévoit un bénéfice net en 2005"

« Le premier fournisseur d'accès à internet espagnol Terra Lycos s'attend à dégager un bénéfice en 2005 au niveau du résultat net et dès 2004 au niveau de l'Ebitda (bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement). »

01/04/2003 : "Etude MSN France / EBG sur le marketing interactif"

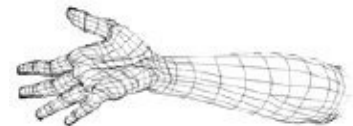
« MSN France et l'EBG se sont réunis pour conduire une étude qualitative auprès de 20 annonceurs français (marques traditionnelles, sociétés de e-commerce) afin de connaître leur opinion quant au marketing sur Internet. Cette étude est éditée sous la forme d'un livre blanc, regroupant les interviews des 20 annonceurs. L'enquête révèle qu'Internet devient progressivement un média à part entière, mais le niveau de maturité chez les annonceurs est encore inégal. »

31/03/2003 : "Plus de 3000 sites dans l'annuaire du Collagiste"

L'annuaire du Collagiste vient de dépasser les 3000 liens essentiellement orientés multimédia. Il est possible de trouver entre autres les meilleurs sites Flash répertoriés, ainsi que les plus belles galeries 3D d'artistes de toute la planète.



Les outils de recherche francophones



09 avril 2003

Voyages Week-end

Guide sur les possibilités de voyages le week-end ou pour de plus longues vacances. Une aide dans le choix de votre destination, de votre logement, ...

Altitude Référencement

Référencement thématique et général dans les outils de recherche. Travail sur mesure.

Abajob

Site d'emploi spécialisé dans les domaines informatique, banque finance, ressources humaines, marketing et commercial.

08 avril 2003

Allez GO

Annuaire généraliste québécois des sites francophones.

Paradis web

Paradisweb est un guide de qualité contenant les meilleurs sites du web pour surfer efficacement.

Atlas–cam

Plus de 500 villes–webcams sélectionnées et classées géographiquement à travers le monde, de l'Europe à l'Océanie en passant par le Proche–Orient et l'Asie.

07 avril 2003

Je sais tout !

Moteur de recherche humain. Service d'aide à la recherche d'informations sur internet.

Le site de l'âne

Espace d'information sur les ânes, annuaire de liens, catalogue de baudets, petites annonces, réglementation...

Infos–du–Net.com (annuaire)

Annuaire généraliste sur l'informatique.

Infos–du–Net.com (téléchargement)

Proposez vos logiciels dans notre logithèque, freeware et versions d'évaluations !

06 avril 2003

2loq.com

Métamoteur – recherche sur le web et le web invisible avec + 1 000 bases de données spécifiques.

Jeux gratuits

Annuaire de jeux gratuits et payants sur internet.

05 avril 2003

Nord–Online

Nord–Online est le premier portail du Nord Pas de Calais, c'est votre guide nordiste sur Internet.

04 avril 2003

Le chercheur

Le chercheur effectue pour vous vos recherches spécifiques.

Annuat

Annuaire de sites d'analyse technique.

Affiliation marketing

Annuaire des prestataires d'affiliation et de performance marketing dédié exclusivement aux

stratégies indexées sur la performance.

02 avril 2003

Racines d'Ardennes

Base de données généalogique des Ardennes.

SudOuestJob

Moteur de recherche d'offres d'emploi dans la région Sud-Ouest.

PacaJob

Moteur de recherche d'offres d'emploi dans la région PACA.

RhoneAlpesJob

Moteur de recherche d'offres d'emploi dans la région Rhône Alpes.

EstJob

Moteur de recherche d'offres d'emploi dans la région Est.

NordJob

Moteur de recherche d'offres d'emploi dans la région Nord.

Aglouglou

Annuaire collaboratif, ne vous noyez plus dans l'océan du Web !

Photophiles

Annuaire spécialisés dans la photographie.

01 avril 2003

Daphone.com

Annuaire généraliste.

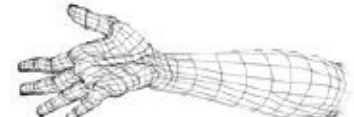
31 mars 2003

Quadlib

L'essentiel du web quad.



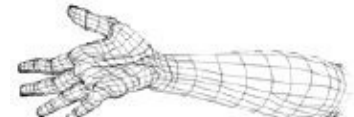
Espace publicitaire



– votre publicité lue par 16.000 personnes ! –



Article par
David DEGRELLE



Mesurer l'efficacité de son référencement ?

A la base, cela paraît très simple !

On va sur les différents outils de recherche ;
On tape les mots clés sur lesquels on veut apparaître ;
On fait défiler toutes les pages jusqu'à trouver, enfin, son site.

Et selon que le site est plus ou moins trouvé rapidement, on est plus ou moins satisfait, logique. Mais en plus d'être rébarbative lorsque fait manuellement, cette méthode est source d'erreurs dans l'interprétation.

Les enjeux du référencement vont bien au-delà d'une simple conquête de positions. Le but est de recruter de nouveaux visiteurs ciblés et la conquête des internautes.

Mais sur ce chemin, d'autres pièges existent.

Votre site est positionné sur « hotel vacances voyage » en première position dans Google. Excellent ! Sauf que si peu de monde tape ce mot clé que cette position ne sert qu'à peu de chose.

C'est encore même plus embêtant, si le titre de la page est « document sans titre », comme c'est le cas pour 300 000 pages dans Google et donc ignorés par les internautes.

A l'inverse, une première position sur le mot « voyages », pourtant très générique, dans Excite, Looksmart ou Hotbot n'amènera pas plus de visiteurs non plus, ces 3 outils réunis générant 0,08% de trafic (source : Xiti/1ère Position).

Voilà pourquoi les garanties de positionnement, bien qu'encore proposées, ne sont plus au goût du jour tout comme le fait de s'arrêter à la position pour juger de son référencement.

Ce qui compte, c'est d'abord la transformation et savoir comment transformer un visiteur en prospect, puis de prospect en client.

Il vaut mieux un site qui fait 200 visiteurs/jour avec 5 demandes d'informations reçues par mail, qu'un site de 500 visiteurs/jour qui n'amène qu'une demande. (Source : Lapalisse)

Les outils de statistique et de mesure d'audience sont désormais indispensables au pilotage de n'importe quelle campagne de promotion online tout simplement pour savoir où on va, à un tel point qu'ils sont devenus les outils fétiches des référenceurs.

Un bon référencement, c'est un trafic ciblé qui génèrent des demandes qualifiées avec un coût d'acquisitions de visiteurs ou clients maîtrisés.

Pour le mesurer, il faut d'abord insérer dans le code source de la page un marqueur qui consiste en une image transparente de 1*1 pixel. Cette image invisible sert à récupérer les données sur l'audience.

Ensuite, c'est un bon paramétrage de l'interface qui permettra de mesurer finement les origines et destination du trafic et de l'audience sur le site.

Ainsi on peut déterminer, par exemple, quels sont les mots clés les plus tapés et dans quels moteurs, mais surtout, quels sont les mots clés qui génèrent le plus de devis, d'achats en ligne ou

de demandes d'informations. Ce qui au fond est le plus important.

Dans les faits, on indique dans l'interface quelles sont les pages « chaudes » du site, c'est à dire les pages qui permettent au visiteur d'agir sur le site : pages de formulaire, de contact, de validation, etc.

C'est la 2ème méthode pour mesurer l'efficacité de son référencement.

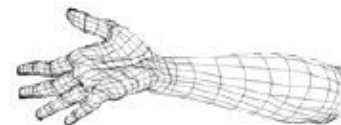
A vrai dire il n'y a pas 2 méthodes pour mesurer l'efficacité de son référencement, mais une seule vous l'avez compris.

L'analyse de l'audience pour savoir d'où viennent les demandes pour mieux les cibler et l'étude des positions pour savoir sur quels mots clés et outils de recherche optimiser le positionnement de son site.

par David DEGRELLE de **1ère Position**



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 »

Olivier DUFFEZ de
WebRankInfo

Chronique sur les moteurs

Gilbert
WAYENBORGH de
DeepIndex

Chronique sur les entreprises

Jean-Claude BENARD
de **Quadramultimédia**

Chronique sur la mesure de visibilité

Christophe BOULVIN
de **Yooda**

Infodesign

Max, le talentueux !

Le reste (mise en page, édito, actualités, les nouveautés et l'interview)

CHRIS HÉDÉ de
MoteurZine / Enfin

