

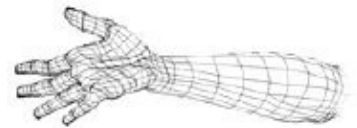


numéro soixante-seize ( #76 )

le lundi 12 mai 2003



Sommaire



- [Sommaire](#)
- [Editorial](#)
- [Le monde selon Google](#)  
Conseils pour améliorer son référencement sur Google – 3
- [La page des moteurs et métamoteurs](#)  
Les moteurs – Préparez vous à la géolocalisation !
- [Les entreprises et les outils de recherche](#)  
Etude de cas : Computers Guys – 2
- [Enfin, les informations](#)
- [Les outils de recherche francophones](#)
- [Article](#)  
Le référencement est mort ! Vive le mix-référencement !
- [Conclusion](#)

[Le dernier Moteurzine en html](#)

[Le dernier Moteurzine en PDF](#)

[Les archives de Moteurzine](#)

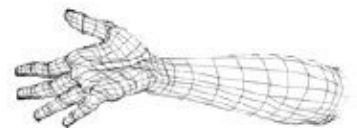
[Ecrire à Moteurzine](#)



**NOUVEAU !**



Éditorial



**MoteurZine – Mac OS X non-friendly**

Il semble, en effet, que MoteurZine n'aime pas les tous derniers Mac. En effet, régulièrement, je recois des e-mails d'insultes d'utilisateurs de Mac OS X qui se plaignent de voir leur ordinateur planter voire reformaté pour certains à cause de MoteurZine. Au début, je trouvais cela "comique" qu'une newsletter uniquement en html (donc très multimédia) fasse planter l'ordinateur multimédia, par définition... c'est "risible". Mais aujourd'hui, ça fait tout de même une petite dizaine de possesseurs de Mac OS X qui ont eu comme seul choix de se désabonner... cela devient gênant. Je leur ai bien proposé de passer sous PC mais je n'ai jamais eu de réponses !

Je vous invite à aller voir notre nouvel annonceur, Tcompress, qui vous propose un logiciel d'aide à la création d'un catalogue électronique de produits. Pour ceux d'entre vous qui veulent suivre son exemple et annoncer sur MoteurZine (et donc toucher plus de 17.000 abonnés), vous pouvez en savoir plus sur nos offres publicitaires ici.

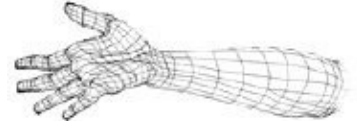
Enfin, Alain a réalisé un bouton pour MoteurZine (format 90x38). Je vous invite à le mettre pour ceux qui n'ont toujours pas mis de lien vers MoteurZine. Je tiens aussi à remercier ceux qui ont déjà mis un bouton ou une bannière. Si certains d'entre vous se sentent l'envie d'en réaliser un pour MoteurZine, n'hésitez pas.

Bonne lecture à toutes et tous,

par CHRIS HÉDÉ



Espace publicitaire



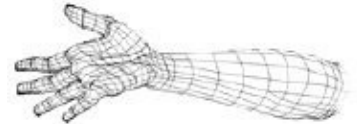
Développez votre indice de popularité...

- 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 17.000 personnes ! –



Le monde selon Google



### Conseils pour améliorer son référencement sur Google – 3

#### 7– Interconnectez vos pages

Pensez à bien lier vos pages entre elles, en utilisant des mots ciblés au lieu de liens du style "cliquez ici". En général plus une page est importante, plus elle doit recevoir de liens des autres pages (structure hiérarchique arborescente).

Pour simplifier, le PageRank peut être vu comme une ressource acquise par des liens externes entrants, et qui se transmet en partie de page en page. Si l'essentiel de l'apport en PageRank vient de votre page d'accueil, les pages proches de celle-ci (en nombre de clics) seront mieux classées. Evitez par exemple les pages d'entrée ("splash screen").

Faites un plan du site, qui permet à vos visiteurs et aux robots d'indexation de parcourir l'ensemble des pages. Tenez-le à jour, et placez un petit lien vers lui en bas de chaque page.

### 8– Evitez les frames

Dans certains cas les frames facilitent la navigation, mais cela peut aussi gêner l'internaute (difficultés à imprimer ou à sauver un bookmark, absence de navigation s'il ne rentre pas par la page d'accueil).

Même si Google sait indexer les sites utilisant des frames, cela ne favorise pas le référencement. Si leur utilisation est imposée, exploitez la partie <noframes> pour y placer du contenu qui sera indexé (texte et liens).

Dans le même ordre d'idée, faites attention si vous utilisez un "nom de domaine" qui ne fait qu'une redirection basée sur des frames

### 9– Evitez les sites sans aucun texte (tout en flash, ou en images)

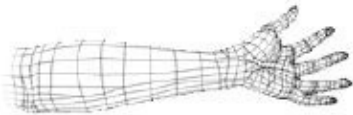
Sinon le site ne comporte presque aucun mot-clé et en conséquence ne pourra pas sortir dans les résultats de Google. Pour les images, utilisez l'attribut 'alt' pour donner une description textuelle. Si vous avez un catalogue de pages avec peu de texte, ou par exemple une galerie d'images, débrouillez-vous pour attribuer des titres différents à chaque page. Si vous utilisez des animations Flash, améliorez le référencement du Flash en utilisant la balise <noembed> comme pour le <noframes>.

### 10– Mettez à jour régulièrement votre site

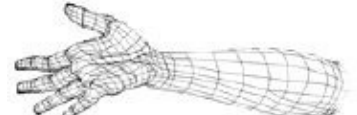
Google adore les sites mettant souvent à jour leur contenu. C'est logique, les internautes aussi préfèrent les sites qui proposent régulièrement du nouveau ! Ajoutez du contenu régulièrement, si possible sur des pages liées par d'autres sites. Pensez à informer les sites de votre thématique des nouveautés qui peuvent les intéresser (par exemple en soumettant une actu sur Enfin !)

De plus, un site souvent mis à jour sera indexé plus fréquemment par GoogleBot. C'est toujours intéressant d'avoir un moteur de recherche en phase avec son site !

par Olivier DUFFEZ de WebRankInfo



La page des moteurs et  
moteurs



### Les moteurs – Préparez vous à la géolocalisation !

#### Géolocalisation, qu'est-ce que c'est ?

La géolocalisation au niveau du web consiste à identifier une ressource informatique (une page html / un serveur et/ou un utilisateur) par sa localisation. En d'autre terme : Vous êtes ici ! A Paris, à Clermont Ferrand, ou à la montagne.

Tout le monde se souvient des problèmes de Yahoo avec les objets nazi et la justice française... (cf Technosphère)

Pour une page web cela consiste soit à deviner où se trouve le serveur (avec de nombreuses erreurs possible) ou mieux encore, à analyser le contenu pour trouver la page "CONTACT" et y extraire l'adresse.

Lorsque vous créez votre site internet, il devient indispensable d'y prêter une attention toute particulière, car le petit monde des moteurs de recherche (dont Google et ... DeepIndex, le petit rejeton français... que les américains n'ont pas encore acheté :-D ) prépare activement la géolocalisation et sur plusieurs fronts à la fois.

### Que faut-il donc considérer ?

Dans le commerce traditionnel on entend souvent parler de "zone de chalandise". C'est la zone où se trouve la plupart du temps les clients de l'entreprise. Pour un petit commerce, cela peut être un quartier (boulangerie/boucherie), pour l'artisan et la petite PME, cela se limite en général à une ville et quelques villes aux alentours (~50Km). Pour les plus grosses structures, celle-ci se limite souvent à un département ou une région et pour les grands sociétés au niveau national, voir international. Si dans le temps, le marketing vous a permis d'avoir des ventes à l'international au niveau du Web, il ne vous ont pas dit, que la plupart des clients et prospects se trouvent réellement près de chez vous, dans votre zone de chalandise.

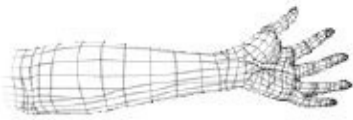
### Et votre site alors ?

Votre site est sans aucun doute consultable à partir du monde entier. Il est probable que certains de vos visiteurs se trouvent être à l'autre bout de la planète et que certains d'entre eux vont même venir vous acheter quelque chose. Mais, si vous regardez bien vos statistiques, vous comprendrez que les visiteurs sont plus proches de vous que de l'autre côté du monde.

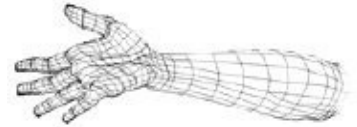
### Comment insérer votre zone de chalandise sur votre site ?

Actuellement il n'y a pas de règles ! Celle qui me semble la plus censée, au niveau des moteurs de recherche, est d'insérer sur votre page "contact" un article de type "Nous servons dans les villes de ....". A moins que l'on ne crée un META TAG "CHALANDIZE-ZONE" !

par Gilbert WAYENBORGH de DeepIndex



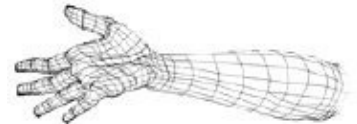
Rechercher sur Enfin



Les pages : françaises anglaises shopping



Les entreprises et les outils de recherche



**Etude de cas : Computers Guys – 2**



## COMPUTERS GUYS

### **Les premières démarches de référencement**

Les 53 % de requêtes effectuées chez GOOGLE par les internautes français ont tout naturellement amené Computers Guys à y déposer leur adresse.

Si dans les tous premiers mois d'exercice, leur site était dans les tous premiers résultats pour le sans fil, le temps, les autres sites et l'arrivée de liens payants ont vite relégué cette première indexation dans des pages lointaines.

Loin de se satisfaire de cette situation, Computers Guys a envisagé de faire procéder à un référencement professionnel.

Si les offres sont nombreuses sur le marché, le problème de Computers Guys est le même que celui des TPE : Le budget nécessaire.

Après quelques heures passées à faire des déclarations aux principaux moteurs et annuaires, les clients et les installations ont repris le dessus.

C'est à ce moment que nous avons rencontré les dirigeants de Computers Guys.

Plusieurs heures furent consacrées à l'étude du potentiel de l'entreprise.

- Computers Guys possède des hommes et femmes talentueux
- Le marché du sans fil est devenu une réalité
- La qualité du travail effectué est reconnue
- La souplesse et la flexibilité sont prouvées

Par conséquent tous les ingrédients étaient réunis pour performer à condition de le faire savoir.

Si des solutions de mailing ou phoning ont été envisagées, elles étaient soit surdimensionnées soit trop coûteuses.

La solution d'une meilleure présence auprès du public internaute semblait celle qui pouvait être mise en place rapidement et correspondre à la recherche de nouveaux contacts et prospects.

### **La réflexion autour du référencement**

Un de mes anciens professeurs de vente avait l'habitude de nous répéter qu'il n'existe pas qu'une seule méthode de prospection.

En effet, lorsqu'on connaît le retour des actions suivantes

- Un mailing donne environ 1 pour 1000
- Le démarchage environ 5 pour 1000
- Le phoning environ 3 pour 1000

Il est évident qu'un cumul de ces techniques augmente considérablement le résultat final.

C'est en extrapolant cette remarque que nous avons tenu le raisonnement suivant :

*« Pourquoi n'être présent que chez GOOGLE au prétexte qu'il est le numéro 1 des requêtes ? »*

Nous avons, il y a quelque temps, observé la montée en puissance des demandes d'abonnement ADSL. Nous en avons en parallèle observé le nombre d'opérateurs significatifs dans le domaine, à savoir.

- Wanadoo de France TELECOM
- Club Internet
- Tiscali
- Free

Or, ces opérateurs fournissent, avec la connexion, un portail permettant à l'abonné d'effectuer des recherches. Nous avons pu constater par nous-mêmes que le réflexe (au moins dans les premiers temps) est de faire ses recherches avec le portail fourni.

Ce qui ne nous a pas échappé c'est que la majorité de ces opérateurs donnent des résultats de requêtes sponsorisés du type Espotting ou GOOGLE.

Si nous ajoutons que les principaux moteurs ou annuaires donnent maintenant la priorité à ce type de résultats, nous avons une piste solide pour commencer.

Partant de ce constat et des budgets dont Computers Guys pouvait disposer, nous avons expliqué et proposé à Computers Guys le principe des liens sponsorisés.

Une première campagne promotionnelle a été ouverte auprès de OVERTURE.

### **Pourquoi le choix de OVERTURE ?**

Principalement pour son coût minimal de campagne. En effet, celui-ci est inférieur au montant à engager chez Espotting. Une deuxième campagne devrait être envisagée dans les mois à venir.

La mise en place de la campagne a été effectuée par QuadraMultiMedia après un travail conjoint sur les mots les plus usités sur le marché de Computers Guys.

NDLA : La majorité des entreprises choisissent des mots clés correspondant à leur vocabulaire professionnel. C'est la meilleure option lorsque l'entreprise commercialise des produits ou services très spécialisés.

Néanmoins lorsqu'il s'agit de produit ou services grand public, il est indispensable de faire une « enquête de vocabulaire ». Nous avons pu nous rendre compte régulièrement qu'il existe un décalage

entre les mots utilisés par les entreprises et les internautes.

Parlons–nous encore de « berlines » ou utilisons–nous le terme « SUV » et pourtant ce sont des voitures !!!

Nous recommandons deux techniques avant la mise en place de mots clés dans la zone META ou dans une campagne de liens sponsorisés

Création d'un panel (échantillon) de clients de l'entreprise à qui l'on demande de citer les mots qu'ils utiliseraient pour qualifier l'entreprise, ses produits ou ses services.

Consultation de la liste des requêtes pour un mot ou une expression (disponible chez ESPOTTING & OVERTURE)

Ces techniques qui peuvent paraître longues à certains évitent les tâtonnements et les pertes d'efficacité que connaissent beaucoup de sites Web.

La campagne OVERTURE ouverte, le trafic a été immédiatement et tellement exponentiel qu'il a fallu suspendre certains mots qui trustaient quasiment toutes les demandes de contact.

*C'est un autre problème auquel doivent faire face les TPE : Le suivi de demandes.*

N'oubliez jamais de répondre à chaque demande des internautes dans les 48H00 et de constituer immédiatement un « fichier » prospect » qui permettra de les relancer régulièrement. Faute de quoi, l'opération deviendra rapidement stérile. Dans certains cas, l'image de marque de l'entreprise pourra en souffrir.

Après deux mois d'administration de la campagne, nous avons transmis la gestion de celle–ci à Computers Guys sans pour cela les laisser livrés à eux–mêmes.

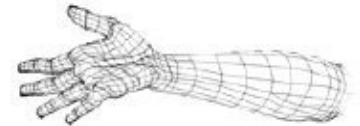
Nous avons pour preuve nos dernières réunions de travail au cours desquelles nous avons mis en place une nouvelle enquête de vocabulaire destinée à cibler une autre partie de la clientèle potentielle de Computers Guys.

A l'issue de cette nouvelle forme de communication, nous avons décidé d'intensifier la présence sur le Web par des actions complémentaires que nous vous expliquerons dans notre prochaine chronique.

par Jean–Claude BENARD de Quadramultimédia



Espace publicitaire



des mères

Referencement aux resultats garantis



Réponse de principe immédiate



Hébergement de qualité



du Web



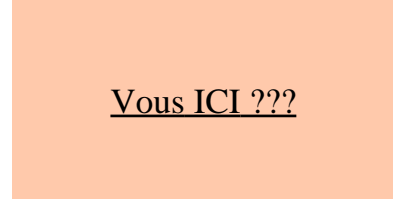
Poker en ligne et en direct



Conseil en positionnement



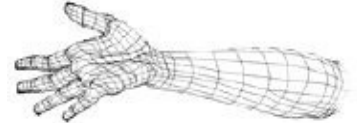
**NOUVEAU !**



Vous ICI ???



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.

## AUJOUR'HUI

ou le monde impitoyable du référencement et des outils de recherche

### 09/05/2003 : "Google va donner sa propre recherche aux blogs"

Google va probablement créer un outil spécifique de recherche pour les blogs. Les blogs auront désormais leur propre tableau comme les images, les news, les actualités... Par contre, d'un autre côté, le contenu des blogs risque d'être supprimé de la recherche de base sur Google.

### 09/05/2003 : "Optimiser vos documents flash pour le référencement"

A la base, les moteurs de recherche étaient fait pour indexer du contenu html et texte. Aujourd'hui, ils lisent et parfois comprennent des formats plus propriétaires comme flash mais aussi pdf, doc, ... Voici quelques conseils pour optimiser le référencement de votre application en flash.

### 09/05/2003 : "Overture poursuivie pour le rachat de FAST"

Overture est poursuivie en justice par la société MRT Micro ASA pour le rachat de FAST. MRT Micro ASA, qui demande que la transaction soit bloquée et de toucher une part du gâteau (les 70 millions de dollars), déclare être propriétaire d'une partie de la technologie de FAST.

### 08/05/2003 : "Google lance son Google News en français"

« Depuis le début de la semaine, Google décline son service de collecte d'information "Google News" en version francophone. A partir d'une interface spécifique (news.google.com), la version anglaise de ce service permet à l'internaute de faire une recherche par le biais de mots-clés sur un vaste nombre de sites d'information de référence. Google News liste les articles reliés au sujet par pertinence et par date et les affiche de la même manière qu'une requête classique, avec des liens directs sur les articles. L'identification des articles s'effectue de la même manière que pour une recherche classique et leur classification est effectuée par le biais d'un algorithme. »

### 08/05/2003 : "Nouvelle version de Copernic Agent"

Copernic Agent est le logiciel qui vous permet de chercher sur Internet d'une manière généraliste ou thématique en fonction de vos besoins. C'est un métamoteur que vous installez directement sur votre poste sous Windows. Cette nouvelle version de Copernic Agent propose, entre autres :



- une recherche régionale
  - le support des formats : PDF, Word, Excel... au niveau des analyses
  - la personnalisation des recherches et résultats
- etc.

**07/05/2003 : "Les revenus de Lycos chutent de 35%"**

Les revenus de Lycos Europe ont chuté de 35% pour ce premier trimestre de l'année 2003. La faiblesse du marché publicitaire et la perte de son principal annonceur, Bertelsmann, ont fait dégringoler les revenus de Lycos. L'objectif affiché chez Lycos reste avant tout d'augmenter les revenus via les services payants et de privilégier la partie recherche, rencontre et création de pages.

**07/05/2003 : "Recherche en ligne : du mot clé à l'expression"**

Vous voulez optimiser votre site pour les moteurs de recherche et qu'il soit le plus facilement trouvable par les internautes ? Et bien, consultez cette étude qui montre que 30% des internautes n'utilisent qu'un mot clé alors que 24% utilisent plus de 3 mots pour faire leur recherche !

**06/05/2003 : "Censure en Chine... rien de changé !"**

« Des internautes ont signalé, le 14 avril 2003, que le site de Reporters sans frontières (www.rsf.org) était inaccessible depuis la Chine. (...)

Ainsi, plus de 60 % des sites "Tibet" et plus de 47 % des sites "Taiwan" recensés sur Google sont bloqués. »

**06/05/2003 : "La publicité et les internautes"**

Pour tous les webmasters et professionnels du net, l'expression "lien sponsorisé" est facilement compris. Mais, est-ce le cas chez tous les internautes ? Quand un internaute plus ou moins novice va sur un moteur de recherche et qu'il découvre des résultats avec "lien sponsorisé" à côté, comprend-il que c'est de la publicité ?! Rien n'est moins sûr !

**06/05/2003 : "Google n'entend pas entrer en Bourse"**

« Google n'a pas l'intention d'être coté en Bourse à l'heure actuelle, a déclaré lundi son directeur général Eric Schmidt, restant évasif sur les conditions qui permettraient son opération publique de vente (OPV). »

**03/05/2003 : "Yahoo! et Overture... des possibilités de vie commune ?"**

Une rumeur circule en ce moment... Yahoo! voudrait racheter Overture (ou Overture voudrait se vendre à Yahoo!). Beaucoup d'éléments sont en faveur de cette acquisition qui provoquerait une nouvelle mini révolution dans le milieu des outils de recherche.

A suivre...

**02/05/2003 : "Findwhat compte sur 10 millions de dollars de profit"**

Findwhat, le concurrent direct d'Overture sur le marché américain, espère réaliser 10 millions de dollars de profit pour l'année 2003.

**02/05/2003 : "Référencement d'un site fait en Flash"**

Voici toute une série de conseils pour optimiser le référencement de son site fait en flash. Le format flash est aujourd'hui un élément incontournable dans le développement et la création de sites web. Il n'est plus possible d'ignorer le flash comme c'était encore le cas il y a quelques années.

**02/05/2003 : "Lycos lance son propre logiciel de messagerie instantannée"**

Lycos, intéressé par le succès de Yahoo et AOL avec leur logiciel de messagerie instantannée (Instant Messaging) a décidé de sortir le sien... un de plus sur le marché ne peut pas faire de mal, surtout pour Lycos qui trouve ainsi un nouveau moyen de capter encore plus de visiteurs correspondant à sa cible visée. Ce logiciel est disponible en deux versions, une en ligne et une téléchargeable.

**30/04/2003 : "Interview de Christophe PARCOT : Overture"**

« Redevenir un portail serait suicidaire pour Overture car 95% de notre chiffre d'affaire est réalisé avec nos partenaires. Si des acteurs comme Wanadoo ou MSN ont décidé de travailler avec nous, c'est bien parce que nous ne sommes pas concurrents et que nos deux métiers sont totalement complémentaires.

Nous avons décidé de racheter ces deux sociétés pour plusieurs raisons : Premièrement, FAST et AltaVista sont en pointe dans le domaine de la recherche algorithmique, disposent de plus de 60 brevets dans ce secteur et vont nous permettre de lancer un moteur de recherche de nouvelle génération et d'améliorer notre service de base. Deuxièmement, nous allons effectivement pouvoir proposer un nouveau service à nos partenaires portails. FAST est considéré comme le "moteur qui monte", couvre 50 langues et a déjà été retenu par Club-Internet, Tiscali ou Lycos en France. (...) »

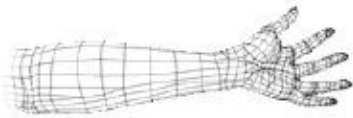
---

## LES ARCHIVES

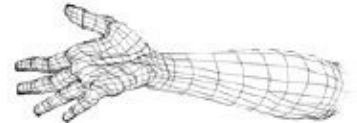
ou il y a un an, l'actualité du moment

### 01/05/2002 : "Google n'est pas loin de la première place de Yahoo!"

Selon le département d'étude des statistiques de WebSideStory, la plupart des recherches proviennent de Yahoo! avec Google juste derrière. En cumulant toutes les sources, Yahoo! génère 36,35% du trafic et Google, à une courte encablure, 31,87%. Microsoft (le réseau MSN) est troisième avec 12,73%.



Les outils de recherche  
francophones



**09 mai 2003**

Oxylane

Annuaire du sport et rencontres sportives.

**08 mai 2003**

Annuaire des Vacances et Voyages

Annuaire pour vous aider dans la préparation et l'organisation de vos voyages et plus particulièrement vos vacances. Le financement, le choix de votre destination, etc.

Actushare.com

Une sélection de logiciels sharewares et freewares classés par catégories et commentés.

IE-news, Intelligence Economique

Annuaire thématique des acteurs, outils et moyens de l'Intelligence.

**07 mai 2003**

Keltroo

Keltroo est un portail de sexe selectif.

**05 mai 2003**

Moteur du village

Annuaire de recherche.

**04 mai 2003**

X zulu

L'annuaire de tous les sites de sexe gratuits et payants !

Two heads

Annuaire généraliste.

**03 mai 2003**

Yakaya

Annuaire francophone généraliste avec système de classification inovant.

**02 mai 2003**

En Dordogne

Moteur spécialisé sur la Dordogne.

**01 mai 2003**

Accescanin

Présentation de plus de 480 élevages de chiens dans plus de 150 races différentes.

Répertoire des concours sur Internet

Répertoire et outils de recherche des concours disponible en ligne.

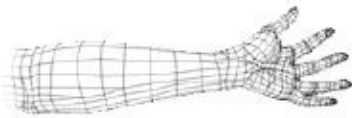
**30 avril 2003**

Woman 4 sex

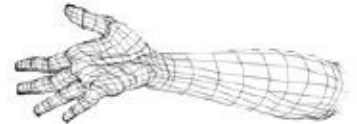
Pour trouver le meilleur du sexe sans trop chercher ! Pour adulte seulement !



Annuaire ADD La Seyne

Annuaire de sites chrétiens.



Auto Promotion

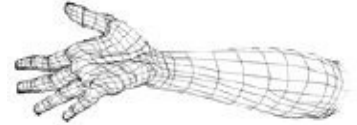


Où trouver la meilleure info sur les outils de recherche ?	
par Caroline de <u>Crea-Interactive</u> (234x60)	
	
bouton par Max (61x60)	
	

par Alain de Rêve Lémanique (90x38)



Article par  
David DEGRELLE



## **Le référencement est mort ! Vive le mix-référencement !**

On nous l'avait prédit et pourtant ce n'est pas arrivé, ouf ;-)

Non le référencement n'est pas mort, c'est même tout l'inverse.

Oui, la manière de référencer un site a fortement changé au cours des ces dernières années et mois, fort heureusement, tant du point de vue du métier en lui-même que du coté des outils de recherche à l'image de la maturité des Internautes, de la complexité grandissante des sites web que des outils de mesure d'audience (cf. n° 73 de Moteurzine).

Alors dans un contexte difficile, après le dégonflement de la bulle spéculative Internet, l'avènement du payant chez les outils, il m'est apparu important de faire un point clair et précis sur la bonne stratégie de référencement en 2003 et comment appliquer correctement le principe de mix-référencement.

Le mix-référencement, c'est mettre en place une stratégie cohérente, étape par étape, de promotion d'un site web sur les outils de recherche en utilisant de manière harmonieuse uniquement les meilleures solutions de référencement parmi les (trop ?) nombreuses existantes à ce jour.

Voici les 4 principales grandes familles de référencement possibles :

- Le référencement et positionnement manuel (optimisation du site, soumission manuelle dans les outils, suivi et maintenance) ;
- Le positionnement publicitaire (Espotting, Overture, Adwords), et la soumission payante dans les annuaires et moteurs (Fast, Altavista, Inktomi, Yahoo ! France, etc.) ;
- Le référencement dynamique (pour rendre visible le contenu des bases de données dans les moteurs) ;
- Le référencement thématique (soumission dans les guides et annuaires spécialisés).

Mais avant de continuer, reprenez avant tout que c'est la particularité de votre site et de sa cible qui déterminera la stratégie de mix-référencement à appliquer.

On ne positionne pas de la même manière un site marchand, institutionnel, évènementiel, d'une collectivité locale ou bien encore d'une PME-PMI.

L'exemple le plus atypique est sans doute le cas des sites évènementiels, temporaires par définition, pour lesquels seules une campagne de positionnement publicitaire pourrait être utile pour générer rapidement du trafic ciblé quand un référencement classique (positionnement manuel), ne pourra donner des résultats visibles sur les outils dans des délais raisonnables.

Pour tous les autres types de sites, il faut quoi qu'il arrive commencer par un référencement manuel classique, en optimisant les pages du site afin de le faire ressortir dans les résultats naturels des outils de recherche. Mieux, intégrer très en amont cette étape, avant que le site ne soit développé et ceci pour éviter bien des problèmes ensuite pour voir son site correctement pris en compte par les moteurs.

Le positionnement manuel, bien que donnant seulement des résultats au bout de 2/3 mois, permet d'avoir du trafic régulier tout au long de la vie d'un site et sur des mots clés stratégiques pour générer du trafic ciblé.

Ensuite au moment de la soumission du site dans les outils, se poser la question à 2 fois de l'intérêt, d'un point de vue trafic généré, de payer pour être présent dans un annuaire quant au fil du temps est devenu plutôt un moteur...

Ainsi la soumission payante dans Yahoo ! France vous en coûtera 299 euro mais l'outil propose depuis janvier 2003 les résultats de son moteur, via Google, au détriment de ceux de son annuaire. Situation similaire sur Voilà et Lycos France.

Est-ce pour tant qu'il ne faut plus payer pour être dans les annuaires ? A priori oui à moins que vous jugiez l'opération intéressante pour bénéficier d'un lien supplémentaire vers votre site pour augmenter sa popularité et donc son positionnement dans Fast, Altavista ou Google.

Beaucoup plus intéressant le positionnement publicitaire, c'est à dire l'achat de mots clés aux enchères sur les réseaux Overture, Espotting ou Adwords de Google, permet en plus d'obtenir une visibilité rapide sur les outils, de ne payer qu'au résultat, c'est à dire, uniquement aux clics qui sont générés sur votre site (entre 0,05 et 0,50 en moyenne).

Si le positionnement publicitaire n'est pas tout le temps intéressant sur le long terme, à qui il faut préférer le référencement classique, il peut être très utile pour le lancement d'un site durant ses premiers mois, en attendant que le positionnement manuel, normalement long à donner des résultats, prenne le relais au bout de 2/3 mois.

Egalement très utile, le référencement dynamique qui est l'action de rendre visible le contenu d'une base de données dans les moteurs de recherche en positionnant le site sur plusieurs centaines de mots clés différents notamment avec l'arrivée du XML chez les moteurs de recherche et dont nous aurons l'occasion de parler plus en détail prochainement dans MoteurZine, à suivre...

Reste le référencement thématique dont l'objet est d'inscrire le site dans des annuaires spécialisés soit par région ou par métier et activité. L'intérêt est ici de se positionner dans des outils très spécifiques par rapport à l'activité de son site et bien que ces sites ne génèrent pas forcément un trafic important ils offrent au moins l'avantage d'envoyer des visiteurs très ciblé. Pour trouver tous ces outils spécialisés, rendez-vous sur Enfin.com, l'annuaire d'annuaire.

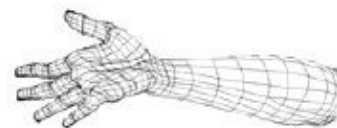
On le voit le référencement est multiple aujourd'hui d'où ce concept de mix-référencement, dont le propos n'est pas de dire qu'il faut tout faire, mais d'utiliser dans des bonnes proportions tous les leviers possibles pour générer un maximum de trafic ciblé pour donner les meilleurs taux de transformation et aux meilleurs coûts d'acquisitions de visiteurs ou de clients.

Mais combien de prestataires en référencement le propose-t-il vraiment, déjà aujourd'hui ?

par 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](#)

Infodesign

[Max](#), le talentueux !

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

[CHRIS HÉDÉ](#) de  
[MoteurZine](#) / [Enfin](#)

© 1999 à 2003 par [IDF.net](#)