

Les Ménages Prévoyants présentent

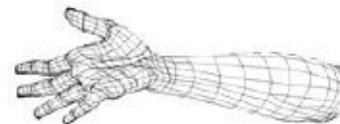


numéro quatre-vingt-neuf (#89)

le mardi 23 septembre 2003



Sommaire



- [Sommaire](#)
- [Editorial](#)
- [La page des moteurs](#)
Shocking !
- [Les entreprises et les outils de recherche](#)
Les liens sponsorisés – partie I
- [Mesurer la visibilité](#)
Les noms de domaine
- [Humour et Internet](#)
Il n'a que 6 ans !
- [Référencement de A à Z](#)
Architecture du site
- [Optimisation et indexation commerciale](#)
Optimiser ou disparaître (suite et fin)
- [Enfin, les informations](#)
- [Les outils de recherche francophones](#)

[Le dernier Moteurzine en html](#)

[Le dernier Moteurzine en PDF](#)

[Les archives de Moteurzine](#)

[Ecrire à Moteurzine](#)

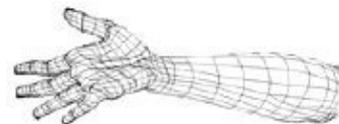


[Hébergement professionnel](#)

• Conclusion



Les Ménages Prévoyants



« 150 ans d'existence. Allons à l'essentiel »

Durant quatre numéros, le magazine Moteurzine a évoqué notre mutuelle. Nous espérons que ses lecteurs ont pu nous découvrir et partager nos valeurs et engagements.

Cette présentation nous a permis de mieux connaître Moteurzine, la qualité de son contenu et celle de ses intervenants. C'est pourquoi sur le chemin de notre 150^{ème} anniversaire, nous avons souhaité associer abonnés et lecteurs à cet événement.

Nous avons décidé de proposer à chaque abonné ou lecteur une offre d'adhésion préférentielle que nous avons baptisé « 150 ans de mutualisme ».

Chaque abonné ou lecteur de Moteurzine qui souscrira une complémentaire santé (mutuelle santé) auprès de La Mutuelle Les Ménages Prévoyants sera verra offrir deux mois de cotisation*.

Cette offre est valable jusqu'au 30 octobre 2003 pour tous les internautes qui indiquerons « 150 ans de mutualisme » dans la partie « sujet » de leur courriel.

La Mutuelle Les Ménages Prévoyants – 11, rue Albert-Sarraut – 78028 Versailles cedex

Tél : 01 39 24 60 00 – Fax : 01 39 24 60 39

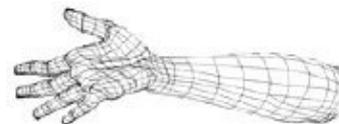
<http://www.menages-prevoyants.fr/> – info@menages-prevoyants.fr

Les Ménages Prévoyants, Mutuelle régie par le livre II du code de la mutualité, RNM N° 785.151.689

* *Offre soumise à conditions, disponibles sur simple demande.*



Éditorial



Vivre dans le souvenir...

Bonjour à toutes et à tous,

Suite à mon précédent numéro, j'ai eu quelques emails me rappelant que si j'écris ce bulletin en français, c'est grâce aux Etats-Unis et que je n'ai donc pas le droit d'en dire du mal. Franchement, je pense qu'il serait de bon ton de s'affranchir un peu du passé. Ce n'est pas parce que les Etats-Unis ont fait des bonnes actions que l'on doit pour autant occulter toutes leurs erreurs (en commençant par le massacre de la population indigène et pour finir par le fait d'envahir un état indépendant sous des pretextes fallacieux). Après, c'est vrai que l'ex-Président irakien était un monstre, mais, la planète en est parsemé... sauf qu'il n'y a pas

deux pays avec autant de réserve en or noir ! Tiens, si les Etats-Unis veulent continuer dans leur mission de justicier planétaire, on peut leur rappeler qu'il y a un "petit pays" (la Chine) qui occupe depuis plusieurs dizaines d'années un autre pays qui de plus est pacifique, le Tibet. Mais, là, nous l'avons compris, ça ne rapporte rien !

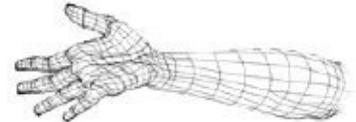
J'ai, avec ce numéro, comme annonceur les "Ménages Prévoyants". Je les remercie énormément de croire en moi et de ne pas hésiter à faire de la publicité sur MoteurZine. Il semble que dans le milieu du référencement et des outils de recherche, on ne connaisse pas MoteurZine... enfin, presque pas puisque je peux compter sur les doigts d'une main ceux qui ont annoncé un jour sur MoteurZine. Avec le salon "marketing vente et informatique", je vais prospecter un peu... après tout, ceux qui ont des stands peuvent surement investir dans un encart publicitaire de temps en temps, publicité qui leur coutera beaucoup moins. A vendredi... tant que j'y pense, si vous y êtes aussi vendredi et que vous avez le désir de discuter 5 minutes, contactez moi !

Bonne lecture...

par CHRIS HÉDÉ



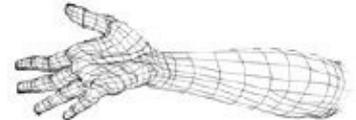
Espace publicitaire



– votre publicité lue par 25.000 personnes ! –



La page des moteurs



Shocking !

La semaine dernière, le monde du référencement s'est éveillé avec une gueule de bois choqué et offusqué par les abus de certains ?

Frantoo et Cie on découvert une faille dans le système d'indexation aveugle de Google. Le plus beaux moteurs de recherche mondial a t'il failli à sa réputation ?

En effet, depuis plusieurs semaines, le numéro un mondial voyait la qualité de son index se détériorer à une forte vitesse au point qu'une recherche sur quelques mots clés n'apportait plus aucun reponse sérieuse.

Shocking n'est pas ?

Pas tant que cela !

Nombreux ont été les messages sur les forums et listes de diffusions mettant en cause certains actes de spamdexing de pseudos portails : moteurs de recherche et les sociétés Espotting et Google.

Si les deux derniers acteurs cités ne peuvent être mis en cause, il en est moins des pseudos portails... encore que !

Ceux-ci n'utilisent qu'un système mis en place par d'autres à des fins purement lucratifs. Qui n'aurait pas fait pareil ? Qui n'espère pas gagner avec son site un tant soit peu quelques euros ? De plus, ce n'est même pas interdit par la loi !

Là où ça dérange, c'est du côté des professionnels du référencement, ils voient d'un mauvais oeil le squatting dans les premières pages de Google. Alors qu'il était jusqu'à présent facile –c'est un grand mot– de placer son site dans le premier moteur, les pseudos portails ont saisi la balle au bond et réussissent à placer et à squatter les premières pages du moteur !

Faut-il légiférer ? J'espère que vous n'allez pas demander à votre Député de mettre Google dans la législation ! Notre assemblée nationale friserait le ridicule.

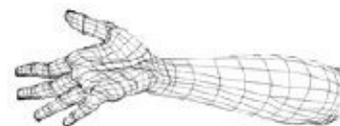
Allez, au mieux, vous pouvez demander à Google de changer un tant soit peu les règles, voire de faire un peu le ménage dans son index... et surtout de refaire une petite danse, cela nous ferait bien plaisir et nous permettrait de parler d'autre chose que du spamdexing honteux, qui nous pique les bonnes places.

Sans rancune...

par Gilbert WAYENBORGH de DeepIndex



Les entreprises et les outils
de recherche



Les liens sponsorisés – partie I

Lors d'une récente réunion entre professionnels des NTIC m'est revenu à l'esprit une des mes dernière conversation familiales.

Au cours de cette conversation un des membres de ma famille m'a posé la sempiternelle question : « Au fait c'est quoi ton métier ? »

C'est alors que je suis parti dans une explication mêlant, les moteurs de recherche, le référencement et la promotion des sites Web. Devant leur incompréhension globale j'ai fini par leur dire : « c'est de l'Internet » !

Mon explication ayant eu l'air de convenir à tout le monde, j'ai constaté une fois de plus que personne n'avait compris et que notre sabir technologique a encore du chemin à faire pour être compris de tous.

C'est en m'appuyant sur ce « drame » familial que j'ai pensé qu'il serait intéressant d'utiliser ma chronique pour vulgariser des thèmes ou expressions de notre quotidien professionnel.

Le premier thème sera consacré (selon ESPOTTING) au « **positionnement payant à la performance** »

Plus personne aujourd'hui n'ignore l'existence des outils de recherche (c'est un fait puisque vous lisez Moteurzine), cependant la majorité des entreprises avec lesquelles j'entretiens des rapports professionnels ou amicaux ne savent toujours pas comment les résultats et leur

pertinence leur sont fournis.

Dans le monde des outils de recherche, il y a comme dans l'histoire de l'humanité une ère primaire, secondaire, tertiaire et quaternaire.

Nous–nous contenterons des trois premières car nous saurons dans le début de l'année 2004 qui façonnera notre quaternaire.

Ere primaire : Nous retiendrons Yahoo et Alta Vista comme les modèles qui ont donné naissance à une myriade de services similaires mais ayant chacun ses particularités.

En France à cette époque, Le MINITEL est intouchable et le nombre de sites Web incroyablement peu élevé à côté des chiffres actuels. Figurer dans les listes de résultats est incroyablement facile. En effet, il suffit de donner l'adresse et quelques éléments concernant le site pour voir son site en première ligne chez YAHOO avec un logo « NOUVEAU » Il est aussi possible de dialoguer avec les éditeurs et demander à changer de catégorie ou de figurer au moins dans deux.

Ere secondaire : Référencer son site est simple mais beaucoup d'entreprises ne savent pas ou n'ont pas envie de le faire. C'est à cette époque que naissent réellement les « sociétés de référencement ». Si beaucoup d'argent commence à circuler autour de cette activité, c'est sans compter sur les outils de recherche qui voient d'un mauvais œil ne pas partager la manne financière.

Une évidence va accélérer le mouvement : Il n'est pas possible de vivre de la publicité et les outils de recherche sont en difficulté financière.

Yahoo et un certain nombre d'outils, forts de leur popularité, lancent le référencement prioritaire. Cette technique permet moyennant finances de voir son site présent dans les outils en 24 ou 48H00 alors que le gratuit est repoussé à 30 jours.

Puis le grand saut arrive lorsque les outils majeurs décident de faire payer l'inscription à toutes les entreprises !!!

Ere tertiaire : Il n'existe quasiment plus d'outils de recherche majeurs qui permettent aux entreprises de référencer gratuitement leurs sites.

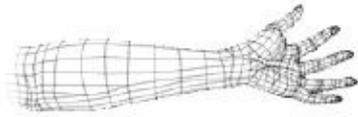
Pendant ce temps aux Etats Unis, un certain nombre de gens se penchent sur un sujet qui mérite attention :

Comment apporter de façon certaine aux entreprises titulaires d'un site Web des prospects ou clients ?

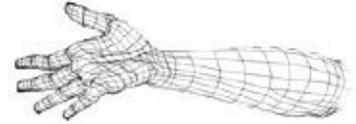
Les ventes aux enchères publiques existent depuis longtemps. Serait-il possible que les mots puissent donner lieu eux–mêmes à enchères ?

Ce sera le sujet de notre prochaine chronique

par Jean–Claude BENARD de Quadramultimédia



Mesurer la visibilité



Les noms de domaine

Dans [moteurzine 87](#) Marie a abordé le choix du nom de domaine et notamment le fait suivant : " *Un nom de domaine possédant des mots clefs dans son url va être plus pertinent aux yeux des moteurs pour une recherche sur ces mots clefs* ". Nous proposons aujourd'hui une analyse statistique sur les moteurs de recherche afin de déterminer la portée de ce paramètre.

Mode Opérateur :

L'objectif est de déterminer le poids des mots composant le nom de domaine sur le positionnement. Ainsi le nom de domaine `sonnerie–telephone.com` est–il favorisé sur les moteurs lors de la recherche "sonnerie telephone" ?

Afin de procéder à cette analyse, nous avons besoin d'un échantillonnage significatif. Nous avons donc, choisi un panel de 90 mots clefs (en groupe de 1, 2 ou 3 mots) et de 17 outils de recherche.

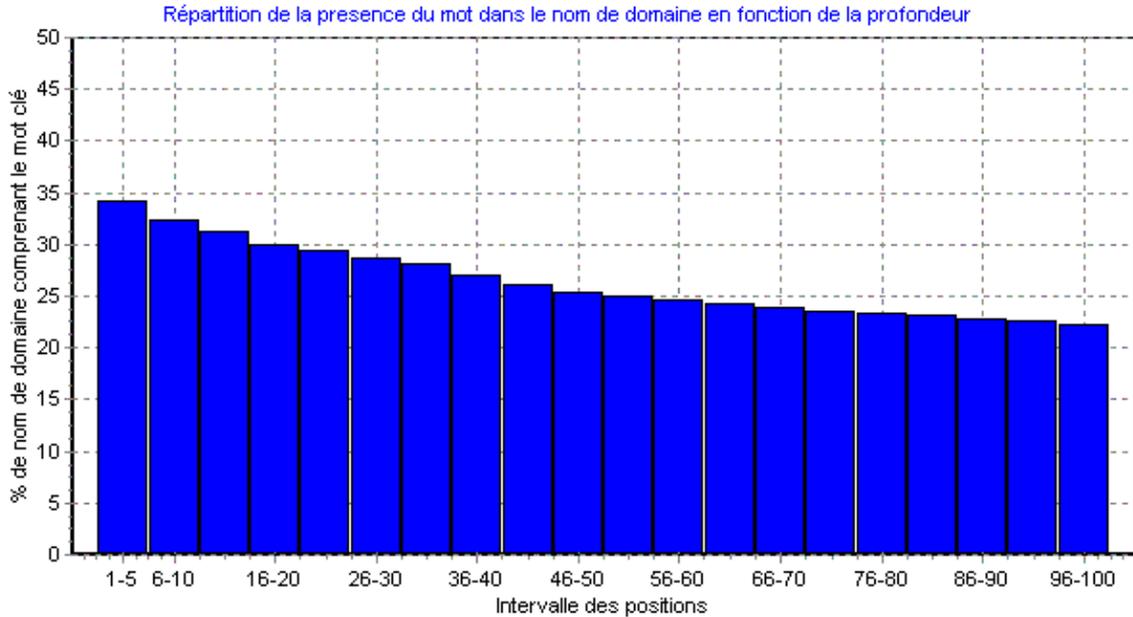
Grâce à notre technologie d'extraction des positions [Maway](#), nous avons récupéré pour chaque mot clef et sur chaque outil de recherche les noms de domaine et les positions. La profondeur d'analyse est de 100 résultats.

Nous obtenons ainsi une base de plus de 100 000 noms de domaine positionné à traiter, ce qui représente des données largement significatives !

Résultats à 1 mot clef :

Dans les 5 premières positions, **34%** des résultats ont le mot clef dans leur nom de domaine.

Ce pourcentage décroît régulièrement. Dans l'intervalle des positions 96 à 100, ce sont **22%** des résultats qui sont concernés.



Ce schéma illustre donc bien l'importance du nom de domaine pour un positionnement sur la première page de résultats.

Résultats à 2 mots clefs :

Dans les 5 premières positions, **8,5%** des résultats ont les mots clefs dans leur domaine contre **2,7%** pour l'intervalle de 95 à 100. Ce faible résultat s'explique par le fait qu'il existe moins de domaines composés de 2 mots clefs.

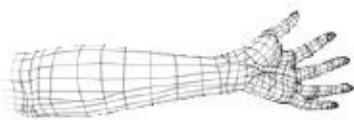
Résultats à 3 mots clefs :

Les chiffres respectent la tendance avec **5,7%** des 5 premiers résultats avec les mots clefs dans le domaine contre **1,87%** dans l'intervalle 95 à 100.

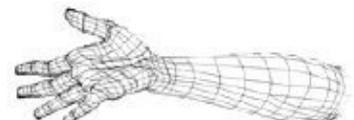
Sans rentrer dans les détails nous démontrons ici de l'importance des mots clefs dans le nom domaine, comme l'expliquait Marie dans le numéro 87 de Moteurzine. Je la remercie au passage de l'aide qu'elle m'a apportée dans l'analyse de ces résultats.

Ces derniers ont été analysés sans tenir compte du paramètre outil de recherche. Nous nous retrouverons prochainement dans un prochain numéro de Moteurzine et analyserons les variations sur les différents outils de recherche. Selon vous, quel est le moteur qui accorde le plus d'importance au nom de domaine ? Google ou AlltheWeb ?

par Damien GUIGUE de **Yooda**



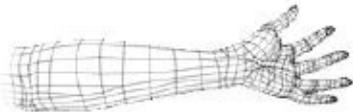
Humour et Internet



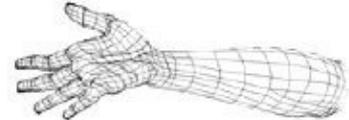
Il n'a que 6 ans !



par Frédéric LEPAGE de Les BD qui bougent



Référencement de A à Z



Architecture du site

La semaine dernière nous avons évoqué le choix de l'hébergement dans une optique de référencement.

L'étape suivante consiste en la création de votre site internet, le choix de son architecture et de son contenu afin d'en faciliter le référencement. Nous n'aborderons ici que les sites en html, les sites dynamiques seront abordés par la suite.

Il est essentiel de bien déterminer l'objectif du site et sa cible.

Dans notre cas, <http://www.logos-sonneries.biz/>, l'objectif est clair (vendre des logos et sonneries de téléphone mobile) et la cible est assez nette (les possesseurs de téléphone portable).

Il est essentiel que votre site réponde à un besoin identifié car on ne crée pas un site seulement pour se faire plaisir.

Ensuite, il faut réfléchir au type de contenu à diffuser et à l'architecture du site à créer.

En terme de référencement il vaut mieux créer autant de pages / rubriques que de sujets distincts plutôt que de tout mettre sur une même page.

Si vous avez déjà une idée des mots clefs pour lesquels vous souhaitez optimiser le site, rédigez votre texte incluant ces mots clefs. Attention, les moteurs ne lisent que les textes et non les images; ainsi les mots clefs doivent être en texte (et non pas en image) !

Ces mots clefs peuvent être utiles pour nommer les pages : en voyant le nom de la page vous saurez exactement de quel sujet elle traite et ces mots clefs renforcent la pertinence de vos pages pour les moteurs de recherche. Evitez les "page1.html" et suivantes, vous aurez du mal à vous y retrouver !

Reprenons notre site exemple :

– la page qui présente les sonneries se nommera sonneries.html et celle traitant des logos, logos.html. Dans chacune de ces pages on retrouve les mots clefs (sonneries, logos) en texte.

Si vous avez plusieurs pages présentant les sonneries, il sera judicieux de créer une architecture comme celle-ci :

http://www.logos-sonneries.biz/sonnerie/sonneries_1.html

et

http://www.logos-sonneries.biz/sonnerie/sonneries_2.html

etc..

En ce qui concerne le contenu c'est certainement lui qui fera le succès de votre site, qui génèrera du trafic. Si votre site a beaucoup de contenu, il aura donc un grand nombre de pages et il aura plus de chance d'être bien placé qu'un petit site.

Quelques erreurs à éviter lorsque l'on crée un site internet que l'on souhaite référencer :

- créer une page d'accueil graphique avec, pour seul texte, "pour entrer cliquez-là". Ce type de page n'apprend rien au visiteur et n'apporte rien en terme de référencement (sauf si vous souhaitez être positionné sur l'expression "cliquez là"). Gardez éventuellement votre page ainsi mais ajoutez, en texte, une phrase descriptive du contenu du site avec les mots clefs.
Exemple : "Logos et sonneries pour votre téléphone portable"
- créer des menus en javascript ou en flash.
Les moteurs ne pourront pas suivre les liens naturellement et cela bloquera votre indexation. Il est recommandé, dans ce cas-là, de recourir aux liens textes pour répéter le menu en bas de page, voire de refaire le menu en texte et liens.
- faire un site avec une seule page : vous allez réduire vos chances d'être positionné.
Développez votre contenu!
- utiliser des frames : attention aux frames, si les cadres sont indexés individuellement par les moteurs et que vous n'avez pas prévu un bout de code pour "récupérer" le cadre parent, les visiteurs risquent d'aboutir sur une page sans menu.
- répéter les mots clefs en blanc sur fond blanc : très mauvaise idée, les moteurs sont capables de repérer ce genre de tricherie et vos pages risquent d'être pénalisées.

Quelques bonnes idées :

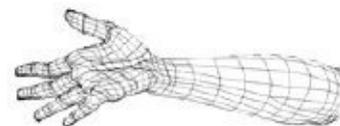
- mettre des liens sur les mots clefs

- mettre des tags "alt" sur vos images
- vérifiez la conformité de vos pages aux normes du W3C : <http://validator.w3.org/>
- comment les robots vont-ils voir vos pages :
http://www.searchengineworld.com/cgi-bin/sim_spider.cgi
- avoir un plan du site

par Marie Pourreyron d'**Altitude Référencement**



Optimisation et indexation
commerciale



Optimiser ou disparaître (suite et fin)

ou "*Pourquoi 29 milliards de pages Web sont invisibles*".

Se doter d'une culture de distribution efficace, à court terme

Puisque le timbre postal assure la livraison, à la personne ciblée, d'une lettre mise à la poste à son intention, l'Internet doit se doter à court terme – un site Web à la fois, d'une culture de distribution efficace. Vu la nature de la bête virtuelle Internet, la livraison de milliards de pages Web différentes à des milliards de récipiendaires distincts et équidistants de nulle part, aux besoins tous aussi différents, rend la chose drôlement complexe et, inversement, dramatique sur le plan de l'importante rentabilité économique.

Quelle curieuse autoroute

Voilà en quoi l'optimisation des contenus de sites Web et l'indexation stratégique prennent tous leurs sens, car les milliers de concurrents ne logent tous qu'à un clic de distance immatérielle !

Aujourd'hui, les producteurs de sites Internet se voient, encore et toujours, confrontés aux interrogations de rentabilités économiques des donneurs d'ordres – les patrons ou clients. Devant ces éternelles questions pressantes, ces producteurs, plus souvent qu'autrement, ne peuvent assurer la visibilité Internet professionnelle de leurs oeuvres. Ils garantissent toujours à leurs mécènes – et il ne peut en être encore autrement, que l'attrait irrésistible de leurs créations, mènera – sans doute, à cette monétisation tant recherchée...

Ne pas savoir bien placer la commande

L'absence, à l'interne, de ressources d'affaires spécialisées dans les secteurs de la visibilité Internet profitable, amenuise les débouchés commerciaux rentables des architectures Web dynamiques extrêmement complexes, des illustrations et animations extravagantes, créées à grands frais. C'est à ne pas se soucier, véritablement, des lendemains économiques de toute une industrie potentiellement fructueuse à l'infini et faire fi d'une confiance aveugle, naïvement donnée par toutes les entreprises possédant de tels sites Internet. Ne pas savoir bien placer la commande rend aussi responsable que de ne pas savoir la livrer...

Les trois lois de la rentabilité Internet sont donc, (1) la visibilité Internet, (2) la rétention des

visiteurs d'un site et (3) leurs conversions en utilisateurs ou clients du site, une fois devenu visible.

Apprendre leur langage de prédilection

Voilà, pour cette première et dernière fois, ce réquisitoire soulignant l'importance primordiale des étapes d'optimisations distinctes des nombreux types de contenus Internet pour tout site Web cherchant à se faire voir ou à s'accaparer sa localisation privilégiée le long de l'autoroute rentable du commerce virtuel. Les mots, les images, les animations, les photos et l'architecture technologique sont tous porteurs de significations, aux yeux des engins de recherche et de leurs machines assurant leur prospection mondiale – les robots indexeurs. Il s'agit d'apprendre le langage de prédilection de chacun et le tour est joué !

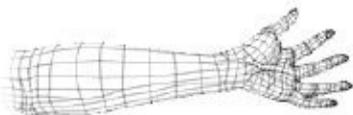
Comme le dépliant publicitaire, un site Internet possède son recto – verso : les contenus lisibles et les codes sources. Y loger les contenus révélateurs des orientations commerciales et économiques d'un site Internet, en plus de 28 emplacements distincts, dicte l'importance et le positionnement du site pour les engins de recherche. Ce sont ces engins qui sont au service – gratuitement, de tous les clients potentiels d'une entreprise. Ils sont le prolongement de sa force de vente, toujours active, 24 heures par jour, sept jours sur sept, à l'échelle du territoire convoité – soit-il mondial. Savoir les exploiter au maximum de leurs compétences n'est pas sorcier, mais plutôt sage.

La prochaine chronique du jeudi, le 2 octobre 2003

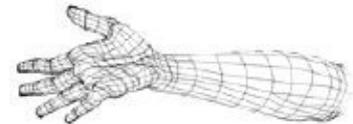
Lors de la prochaine chronique, nous aborderons systématiquement les principales lacunes retrouvées dans le recto-verso de la majorité des sites Internet, empêchant leur visibilité parmi les premières positions affichées par les engins de recherche. Rappelons-nous, que pour chaque terme recherché, il n'y a toujours que dix sites affichés dans la première page de résultats et qu'une première position.

Je serai heureux de recevoir vos commentaires.

par Pierre Frigon de l'**Agence Hyperclics Marketing**



Espace publicitaire



Hebergement professionnel



Hebergement professionnel



Référencement et promotion de sites



Bonus de 100% chez InterCasino



Pariez et gagnez sur Casino-on-Net



Tous les casinos en ligne



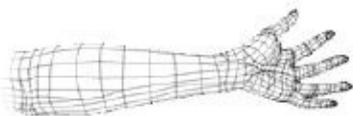
Votre crédit avec Egg

Votre crédit avec la Banque
Covofi

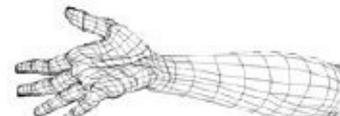


Rachat de prêt immobilier

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.

AUJOURD'HUI

ou le monde impitoyable du référencement et des outils de recherche

19/09/2003 : "WebFontain: IBM révèle son moteur de recherche"

« Ce système est capable de sortir des données extrêmement rapidement à partir de milliards de pages Web. "Révolutionnaire", voilà comment les ingénieurs d'IBM qualifient WebFontain, le nouveau système de recherche et de tri élaboré par le géant américain. » (...)

18/09/2003 : "Google Code Jam 2003"

« Le 2nd concours de programmation de Google va bientôt démarrer, sous le nom Google Code Jam 2003. L'objectif de Google est de trouver des génies de l'informatique capables de résoudre leurs gros problèmes (ils indiquent sur la page du concours "Nous avons de sérieux problèmes"...) pour 10.000\$ de récompense au vainqueur. »

18/09/2003 : "Yahoo! doublera ses revenus en 2006"

Le Directeur Financier de Yahoo! a annoncé espérer voir doubler les revenus de la société en provenance des liens sponsorisés pour 2006. Aujourd'hui, ils sont de 2 milliards de dollars, pour 2006, 5 milliards sont attendus.

16/09/2003 : "Overture ou comment attirer d'avantage de clients sur son site"

Overture propose désormais de nouvelles fonctionnalités à ses clients :

« * Ciblage d'expression exacte et ciblage élargi – De nouvelles options de ciblage destinées à diriger encore davantage de contacts qualifiés et clients potentiels vers votre site

* Conversion Counter – Un outil de tracking pour connaître et suivre chaque jour les performances de votre campagne

* Activation/désactivation d'un lien sponsorisé – La possibilité de suspendre / réactiver à tout moment le/les liens sponsorisés de votre choix »

16/09/2003 : "La suprématie de Google se vérifie une nouvelle fois"

« Au mois d'août, la suprématie de Google se vérifie une nouvelle fois. Google.fr et Google.com sont à l'origine en août de près de 61 % du total des recherches effectuées sur le web. Ce chiffre confirme une hausse ininterrompue pour Google depuis presque deux ans.

Google.fr génère à lui seul 43 % des recherches. En deuxième position, on retrouve toujours Yahoo avec près de 13 % des recherches, même si la part de trafic générée via Yahoo.fr et Yahoo.com est en baisse de 0,42 points. Wanadoo.fr et Voila.fr, avec un cumul de près de 9 % des recherches, restent en troisième position du classement

par marques. Voila.fr ne génère plus aujourd'hui que 2 % des recherches et enregistre une baisse de 0,2 points en août. »

15/09/2003 : "Les mots-clés les plus tapés en août 2003"

« Les mots-clés les plus tapés au mois d'août sont symptomatiques de la double tendance de cette période qui comprend vacances et perspectives de rentrée. A noter l'arrivée du moteur MSN dans le baromètre des mots-clés les plus tapés.

Les valeurs sûres de l'été : agence de voyage, Michelin, itinéraire, sont rattrapées par les requêtes du quotidien : le sexe, les pages jaunes, l'emploi. (...) »

13/09/2003 : "Google opte pour un modèle 100% gratuit pour ses weblogs"

« Google assume son choix du modèle publicitaire. Nouveau propriétaire du site Blogger.com, depuis le rachat de PyraLabs, Google abandonne le modèle payant pour les weblogs. »

13/09/2003 : "Looksmart va devoir payer"

Looksmart en changeant de modèle économique l'année dernière (en avril 2002) (en passant d'un modèle au référencement payant à celui d'un site au paiement par clic) a provoqué la grogne de nombreux webmasters et surtout, de sociétés de référencement. Ces sociétés se sont organisés (enfin, en Amérique car en France... tout le monde sait ce qu'il en est !!) et ont assigné Looksmart en justice. Looksmart a accepté de payer ses clients mécontents sous forme d'argent ou bien de liens payants supplémentaires. Le prix total à payer par Looksmart : 600.000 dollars américains !!

12/09/2003 : "Yahoo! envisagerait une messagerie instantanée universelle"

« Le groupe Internet Yahoo! envisagerait le lancement d'une version avancée de sa solution de messagerie instantanée Yahoo Messenger qui permettrait de communiquer avec les utilisateurs d'autres services de messagerie instantanée tels qu'AOL, MSN et ICQ. Pour cela, Yahoo! bénéficie du soutien de la FIMA (Instant Messaging Standards Board, la Financial services Instant Messaging Association) qui regroupe une trentaine d'établissements bancaires, demandeurs d'une messagerie instantanée universelle. »

11/09/2003 : "Changement de nom pour le robot de FAST"

Jusqu'ici, le robot de FAST laissait une signature spécifique dans les logs. Cette signature avait la forme suivante : FAST-WebCrawler/3.8

Il était possible de voir différentes versions de ce robot soit la 3.6 et la 3.7.

Aujourd'hui, ce robot a changé de nom et laisse une nouvelle signature dans les logs : Overture-WebCrawler/3.8/Fresh

10/09/2003 : "Ouverture d'un nouvel annuaire dédié aux sports en général"

Sport-en-France.com est un nouvel annuaire proposant une sélection de sites sur la thématique du sport. Cet annuaire donne, en parallèle, les dernières brèves de Sport24 pour suivre toute l'actualité du sport.

10/09/2003 : "Google.fr poursuit sa hausse"

« Le classement des outils n'a subi aucune modification cet été, la variation des parts de chacun affirment les tendances précédentes.

Google.fr poursuit sa hausse en gagnant 4,1 points depuis mai et s'apprête à franchir la barre des 40%. A l'heure actuelle, la part de Google.fr est quasiment égale à celle cumulée de ses 4 poursuivants (Voilà.fr, Yahoo.fr, Msn.fr et AOL.fr) ! Google.com, Msn.fr et AOL.fr sont les 3 seuls outils qui progressent depuis le mois dernier.

Yahoo.fr perd, de nouveau, quelques précieux points (-1,1 points à 11,8%) et voit revenir Msn.fr à grands pas (9,9%).

Depuis mai, hormis Google.fr, tous les acteurs majeurs ont vu leurs parts décroître de façon plus ou moins importante ; Voilà.fr et AOL.fr présentant les baisses les plus significatives (-2,6 et 1,7 points). »

LES ARCHIVES

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

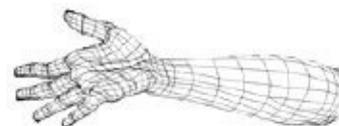
11/09/2002 : "Francesurf : le positionnement par diffusion de communiqués de presse"

Fort de son concept de positionnement par diffusion de communiqués et d'avoir su privilégier la qualité des sites et non la quantité, Francesurf.net attire chaque jour des sites professionnels plus nombreux.

Tous les responsables de sites internet indexés dans Francesurf ont, à tout moment, la possibilité de diffuser un communiqué de presse, opération qui repositionne le site en première position.



Les outils de recherche
francophones



18 septembre 2003

Cominweb

Annuaire des meilleurs sites classés par thèmes. Un outil de recherche 100% graphique et intuitif. Votre vaisseau dans l'espace pour naviguer autrement.

16 septembre 2003

Alphasexe

Annuaire de sexe amateur gratuit...

15 septembre 2003

Iblililiu

Annuaire de recherche sur l'étrange.

13 septembre 2003

Lexilogos

Les dictionnaires en ligne.

12 septembre 2003

Nice Rendez-vous

Annuaire des sites internet en Provence Alpes Cote d'azur.

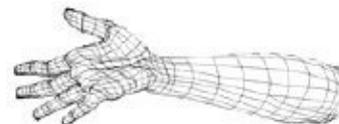
11 septembre 2003

Annuaire du sport en France

Annuaire listant tous les meilleurs sites sportifs en France.



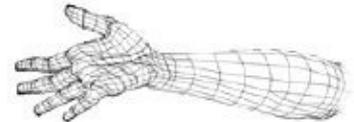
Auto Promotion



<p>Où trouver la meilleure info sur les outils de recherche ?</p>	
<p>par Caroline de <u>Crea-Interactive</u> (234x60)</p>	
	
<p>par Max, infodesigneur de MZ (170x85)</p>	
	
<p>par Max, infodesigneur de MZ (61x60)</p>	
	
<p>par Alain de <u>Rêve Lémanique</u> (90x38)</p>	
	
<p>par Alain de <u>Rêve Lémanique</u> (90x38)</p>	
	
<p>par Alain de <u>Rêve Lémanique</u> (468x60)</p>	



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 visibilité	<u>Damien GUIGUE</u> de <u>Yooda</u>
Humour et Internet	<u>Frédéric LEPAGE</u> de <u>Les BD qui bougent</u>
Chronique sur le référencement	Marie Pourreyron d' <u>Altitude</u> <u>Référencement</u>
Chronique sur l'aspect commercial	<u>Pierre Frigon</u> de l' <u>Agence Hyperclics</u> <u>Marketing</u>
Infodesign	<u>Max</u> , le talentueux !
Le reste (mise en page, édito, actualités, les nouveautés et ...)	<u>CHRIS HÉDÉ</u> de <u>MoteurZine / Enfin</u>

