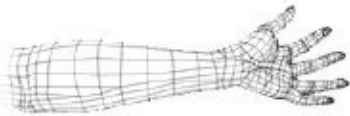


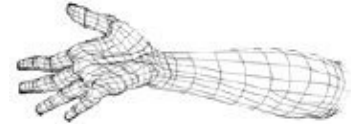


numéro nonante-deux (#92)

le mercredi 22 octobre 2003



Sommaire



- [Sommaire](#)
- [Editorial](#)
- [Le monde selon Google](#)
Les changements chez Google (2) :
La Google Dance
- [Les entreprises et les outils de recherche](#)
Les liens sponsorisés – partie IV
- [Le référencement marketing](#)
Introduction au référencement marketing
- [Humour et Internet](#)
L'ancêtre d'Internet
- [Référencement de A à Z](#)
L'optimisation
- [Optimisation et indexation commerciale](#)
L'avenir du moyen-âge de l'Internet
- [Jouez et Gagnez](#)
- [Enfin, les informations](#)

[Le dernier Moteurzine en html](#)

[Le dernier Moteurzine en PDF](#)

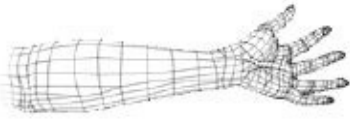
[Les archives de Moteurzine](#)

[Ecrire à Moteurzine](#)

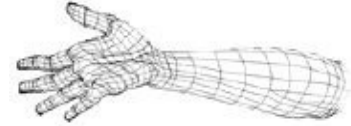


[hébergement pro](#)

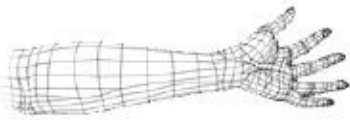
- Les outils de recherche francophones
- Conclusion



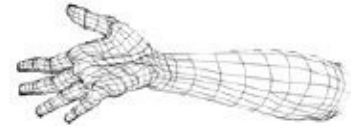
Espace publicitaire



– vosre publicité lue par 25.000 personnes ! –



Éditorial



La gagnante est.....

Bonjour à toutes et à tous,

Je tiens tout d'abord à féliciter l'heureux gagnant, que dis-je, l'heureuse gagnante du petit concours de MoteurZine 91. Elle s'appelle Kim et est canadienne. Kim, prenez contact avec nous pour mettre en place le référencement du site de votre choix. Et pour ceux qui n'ont pas gagné, je vous invite à (re)participer cette fois-ci.

A titre d'information, le prix est une soumission "liberté", un service proposé sur Repayant. Repayant n'est pas là pour se substituer aux services des référenceurs professionnels (*d'ailleurs, bonjour à tous ces référenceurs professionnels qui lisent et utilisent MoteurZine et me soutiennent en faisant rarement de la publicité sur ce bulletin... c'est bien dans l'esprit de l'Internet consommateur*), donc Repayant n'est pas là pour se substituer aux professionnels, bien au contraire, c'est un service complémentaire. De plus, pour les artisans, associations et TPE qui n'ont pas forcément la possibilité d'investir dans un référencement à quelques milliers d'euros, Repayant a des résultats satisfaisants. Sur des requêtes pointues, le site est généralement bien classé sur Google. Donc, pensez à référencer professionnellement votre site !

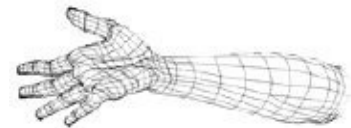
Comme vous pouvez le constater, il y a un nouveau chroniqueur dans ce numéro 92 de MoteurZine. Gautier est un professionnel du marketing et il va nous faire partager son expérience et ses connaissances du référencement lié au marketing (ou peut être du marketing lié au référencement).

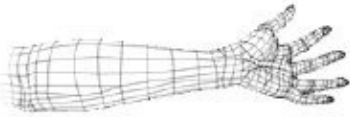
Bonne lecture...

par CHRIS HÉDÉ

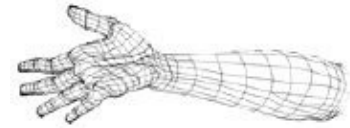


Rechercher sur Enfin





Le monde selon Google



Les changements chez Google (2) : La Google Dance

Après l'analyse dans MoteurZine #90 des changements de Google en terme d'indexation, nous allons aujourd'hui faire le point sur la fameuse Google Dance. Auparavant, faisons un petit rappel sur sa définition...

Les robots de Google travaillent 24h/24 pour mettre à jour les pages présentes dans l'index. Certaines ont plus de chance que d'autres et sont ainsi visitées par GoogleBot tous les jours (il s'agit en général de pages ayant un bon PageRank et souvent mises à jour par le webmaster). L'index de Google peut donc être mis à jour très fréquemment... mais son algorithme nécessite d'autres mises à jour : c'est ce que nous allons découvrir.

La base de l'algorithme de Google est le PageRank, une mesure de popularité calculée pour chaque page, dont le calcul prend du temps (il nécessite l'analyse croisée de tous les liens entre toutes les pages indexées par Google). Lorsque Google a terminé ce calcul, les différents centres de données reçoivent un par un les nouvelles valeurs de PageRank de chaque page de l'index. Ces centres de données utilisent des milliers de serveurs pour pouvoir d'une part répondre rapidement aux internautes, et d'autre part contenir l'énorme base de données de Google.

Pendant cette mise à jour, selon le serveur qui répond à la requête d'un internaute, les résultats pourront varier suivant que le serveur possède les anciennes ou les nouvelles valeurs de PageRank. Cette valse des résultats est appelée Google Dance...

Jusqu'à fin Août 2002 environ, la Google Dance était le seul moment où Google mettait à jour sa base de données. Il fallait donc souvent attendre plusieurs semaines avant qu'un nouveau site soit référencé (les Google Dance étaient espacées d'environ 1 mois).

Aujourd'hui, et surtout depuis Juin 2003, Google a modifié ses habitudes. Les mises à jour sont beaucoup plus fréquentes, mais elles ne concernent pas le PageRank des pages, seulement leur contenu. Les changements de PageRank restent limités aux Google Dance (c'est d'ailleurs la véritable définition de la Google Dance).

Les webmasters les plus curieux (ou les référenceurs les plus assidus ?) souhaitent connaître dès que possible leur nouveau PageRank, puisqu'il reste encore un critère majeur du positionnement dans Google. WebRankInfo propose un système d'Alerte Google Dance gratuit qui envoie un mail d'information dès que la Google Dance arrive. On peut également se baser sur l'historique des dernières Google Dance, dont voici un extrait pour l'année 2003 :

Mois ou Nom	Date de début	Jours depuis précédente	Jour de la semaine
<u>septembre</u>	21/09/2003	23	dimanche
<u>mini-GD</u>	29/08/2003	21	vendredi
<u>Florian</u>	08/08/2003	54	vendredi
<u>Esmeralda</u>	15/06/2003	40	dimanche
<u>Dominic</u>	06/05/2003	25	mardi
<u>Cassandra</u>	11/04/2003	35	vendredi
<u>Boston</u>	07/03/2003	40	vendredi
<u>janvier</u>	26/01/2003	25	dimanche

Remarque : depuis que les dates des Google Dance sont irrégulières, on préfère leur attribuer un nom afin de mieux les identifier...

La Google Dance dure de quelques heures à quelques jours. Pendant ce temps, il est possible de comparer les résultats de Google selon les centres de données. WebRankInfo a développé deux outils pour faciliter ces analyses :

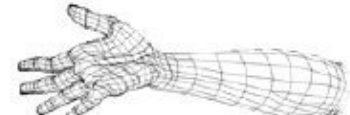
- interrogation des backlinks (à la base du PageRank)
- requêtes classiques par mots-clés

Google a récemment acheté Kaltix, une start-up créée par des chercheurs de l'Université de Stanford, celle-là même d'où venaient les fondateurs de Google. Ce rachat aura sans doute des répercussions sur la Google Dance puisqu'ils développent des algorithmes de calcul rapide du PageRank. Pour l'instant ils expliquent que le calcul prend plusieurs jours, mais il pourrait prochainement tomber à quelques heures. Dans ce cas, on ne parlera plus de Google Dance !

par Olivier DUFFEZ de WebRankInfo



Les entreprises et les outils
de recherche



Les liens sponsorisés – partie IV

Lors de notre dernière chronique, nous avons présenté le fonctionnement des liens sponsorisés et des sociétés qui les commercialisent. Nous avons indiqué que nous publierions des interviews des dirigeants de ESPOTTING et OVERTURE.

Nos deux interlocuteurs ayant eu un emploi du temps des plus chargés n'ont pu nous revoir assez tôt pour que vous puissiez lire leurs témoignages. Ce n'est que parie remise.

En attendant de leur passer la parole, nous allons répondre à quelques internautes qui nous

ont fait l'amitié de nous poser des questions au sujet des liens sponsorisés.

Les internautes sont-ils sensibles à ces liens ? Ne se détournent-ils pas vers les autres résultats ?

Des statistique récentes montrent que plus de 75 % des internautes ne font pas la différence entre une réponse « sponsorisée » et une réponse issue de la liste de résultats classiques.

Bien que clairement délimitée des autres résultats et précédés de mots « liens sponsorisés » les réponses correspondent à la recherche de l'internaute. Pourquoi s'en détournerait-il ?

En sélectionnant un lien de ce type, il est certain de trouver un site d'entreprise qui va lui proposer les produits ou services qu'il recherche. Quant aux résultats qui n'appartiennent pas aux liens sponsorisés, êtes vous vraiment certain que leurs titulaires n'ont pas acheté leur position auprès de l'outil de recherche ?

Quelle est la crédibilité et la pertinence des réponses apportées par les liens sponsorisés ?

La pertinence des liens sponsorisés est dans la plupart des cas meilleure que celle donnée par des résultats classiques.

Nous avons bien souvent constaté avant l'arrivée du sponsorisé que les résultats donnés par les outils de recherches relevaient plus du talent du référenceur que de la crédibilité de l'offre.

Un contrôle des annonceurs est effectué lors de la mise en ligne de la campagne. Ce contrôle s'exerce au travers du formulaire administratif que doit remplir l'entreprise.

ESPOTTING et OVERTURE possèdent des équipes éditoriales internes qui vérifient chaque demande et contrôlent le site pour savoir si les mots que l'annonceur revendique sont conformes à leur offre.

Si les critères cités plus haut ne sont pas remplis, la campagne ne sera pas acceptée.

En fin de compte, les résultats sponsorisés offrent beaucoup plus de sécurité pour l'internaute.

Le fait de mettre en place une campagne de liens sponsorisés va-t-il me coûter une fortune ?

Oui et non. Lorsque vous créez une campagne chez un des deux opérateurs, vous décidez des mots clés stratégiques et du montant d'enchère que vous souhaitez fixer.

Plusieurs cas peuvent se présenter :

Vous avez placé une enchère sur un mot très générique comme : « informatique » ou « automobile ».

Ne soyez pas étonné si votre mise de départ fond comme neige au soleil. Peut être que les mots « solution logicielle » ou « mécanicien Paris » aurait apporté de meilleurs contacts tout en vous coûtant moins cher.

Vous êtes sur un thème porteur.

Les internautes sont sensibles à tous les faits de société ou de mode. Si votre entreprise commercialise des produits de retraite ou de santé, il y a tout lieu de penser que votre mise de départ va fondre également très vite. La différence par rapport au précédent cas, c'est que vous avez reçu beaucoup de trafic qualifié.

A chaque cas sa gestion. Pour certains, 200 euros vont durer 1 an alors que d'autre tiendront 15 jours. Ne regardez qu'une seule chose : Avez vous reçu un nombre important de mail dans votre boîte aux lettres.

J'ai déjà une campagne de liens sponsorisés et je n'ai pas encore réalisé de vente au travers de celle-ci est ce normal ?

Là aussi, il y a plusieurs réponses.

Ne serait-il pas temps de se pencher sur le contenu de votre site ?

ESPOTTING ou OVERTURE se charge de vous apporter du trafic mais ne va pas rendre votre site et son contenu intéressant pour l'internaute. Dans ce cas une réunion de travail ou l'appel à un professionnel vous permettront d'envisager une refonte salutaire.

Etes vous bien certain de suivre correctement les demandes des internautes ?

Qu'il vienne du Web ou de toute autre façon, le prospect vous aura oublié si vous ne vous en êtes pas occupé sous trois à cinq jours !!!

Changez vos habitudes et prenez le temps de répondre rapidement et de relancer les demandeurs. N'est ce pas le moment de se pencher sur la mise en route d'un logiciel de CRM (logiciel de gestion de la relation client) même économique ?

Suite à vos chronique concernant les liens sponsorisés, j'ai constaté que certains mots peuvent connaître des enchères de plus de 2 euros, c'est énorme vous ne trouvez pas ?

Tout est une question de retour sur investissement. Sachez évaluer correctement la part que vous souhaitez accorder à la prospection. Acquérir un prospect à un coût que vous devez impérativement calculer.

Il est bien évident que le prix de vos produits ou services sera déterminant.

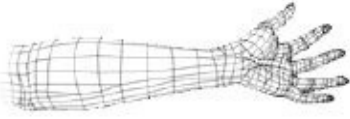
Une banque, une compagnie d'assurances vont engager le prospect devenu client dans des phases de moyen à long terme sur des sommes parfois importantes. Dans ce cas, des enchères élevées se justifient.

Un concessionnaire automobile dont la clientèle peut être infidèle et qui fonctionne avec des marges commerciales bien inférieures devra quant à lui sans doute rester plus raisonnable.

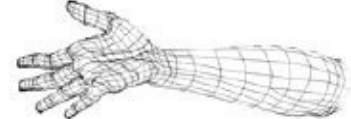
Sachez qu'avec un peu d'imagination et de travail sur les mots ou expressions clés de vos clients vous pourrez dénicher des mots à fort trafic pour des enchères ne dépassant pas les 20 centimes d'euro.

Votre serviteur qui possède une formation de catalogueur se fera un plaisir de vous rencontrer pour vous aider à optimiser les sommes investies.

par Jean-Claude BENARD de **Quadramultimédia**



Le référencement marketing



Introduction au référencement marketing

C'est avec plaisir que j'ouvre dans MoteurZine une rubrique spécialement dédiée à une technique encore confidentielle. Si nos chroniqueurs vous délivrent avec excellence toutes les techniques visant à optimiser votre référencement, je vais pour ma part discuter de « référencement marketing ».

Dans cette première chronique, je vais me permettre d'ouvrir une réflexion, de discuter de la nécessité du référencement marketing aujourd'hui, et enfin, de vous présenter comment cette chronique s'organisera tous les 15 jours.

Tous dans le même bateau

Alors que la majorité des recherches se polarisent autour de "grands", tels que Google (60% des recherches), et très bientôt le tout nouvel ensemble Yahoo / Alltheweb / Altavista / Inktomi, un constat s'impose :

Pour les sociétés évoluant sur Internet, il est plus rentable d'optimiser son site pour 2–3 outils représentant 80%–90% de parts de marché (voire uniquement pour Google) que de l'optimiser pour d'autres considérés comme secondaires.

« Puisque cet effort est capable de toucher 60% des requêtes effectuées sur Internet pour le seul Google, pourquoi s'impliquer ailleurs ? »

On peut tout à fait discuter de la pertinence de ce choix, mais c'est un fait.

Cette approche amène à trois réflexions :

- Concurrence exacerbée entre sites
Puisqu'un acteur dispose de 60% de parts de marché, il faut y être. Il en serait de même si d'autres moteurs venaient dans les prochains mois à prendre des parts significatives.

Il en résulte une extrême concurrence entre acteurs d'un même marché sur les mots-clés apportant des visiteurs. Des exemples flagrants se trouvent dans les secteurs du voyage, de l'immobilier, ou même du référencement ;–).

En d'autres termes, plus un secteur est concurrentiel, plus les moteurs sont encombrés de pages s'y rapportant.

Il faut être référencé, et surtout, être bien placé sur un nombre restreint d'outils de

recherche.

- Des sites optimisés

Cette seconde réflexion est le résultat de la première. Puisque peu d'acteurs disposent du potentiel nécessaire à la rentabilité d'un référencement, la plupart des sites ne sont optimisés que pour un ou deux d'entre eux. Les optimisations pour Google, notamment grâce à Olivier Duffez, figurent parmi les plus connues et les plus utilisées.

La concurrence est donc rude pour "truster" les premières places de résultats tant convoitées. On observe donc une émulation entre acteurs, le but étant de dépasser l'autre, de prendre des places, de ne pas en perdre, "d'être devant".

Une course sans fin ? Sans conteste oui. L'optimisation de site pour le référencement est un travail de longue haleine et dont on ne peut garantir les résultats. Les techniques d'optimisation ne sont ni encouragées, ni dénoncées (tant que ce n'est pas du spamming).

Je me risquerais même à comparer cela avec le domaine sportif, où les optimisations représenteraient les additionnels énergétiques consommés par les athlètes, et où le spamming représenterait l'abus ultime, le dopage.

- Des internautes avertis

Maintenant que le décor est planté, intéressons-nous à notre cible !

Ce constat amène les internautes à lancer des requêtes de plus en plus complexes afin de trouver des résultats répondant le plus précisément à leur besoin.

En mai 2003, Onestat.com révélait que 35% des internautes tapent des requêtes longues de trois ou quatre mots-clés (étude sur 2 millions de visiteurs répartis en 20 000 visiteurs de 100 pays).

En d'autres termes, nous avons d'un côté une exhaustivité de résultats importante, une bataille pour figurer dans les premières positions, et de l'autre côté, des internautes déroutés par des résultats pas forcément pertinents à leurs attentes.

Tous dans le même bateau vous disais-je...

Cela complète ma troisième réflexion : les internautes jugent les résultats et les filtrent sans même visiter le site.

Un site peut-être en seconde position et « rater » des visites au profit du premier et du troisième résultat, uniquement parce que l'internaute aura jugé qu'il perdrait son temps en le visitant.

Il n'est donc plus suffisant aujourd'hui d'être en bonne position, il faut également réfléchir à une approche visant à séduire les internautes et « aspirer » un maximum de clics.

Référencement-Marketing ?

Nous le verrons, si les techniques de référencement sont maîtrisées, il n'en va pas de même pour les techniques visant à maximiser le potentiel de son référencement dans les résultats de recherche.

Le référencement–marketing est une réponse marketing aux problématiques de visibilité posées par le référencement.

Il vise à d'une part à étudier la façon dont les résultats de recherche sont présentés sur des mots–clés prédéfinis. Et d'autre part, le référencement–marketing vise à optimiser les résultats du référencement afin de drainer un maximum de visiteurs provenant d'une page de résultats.

Au détriment vous l'aurez compris des concurrents.

Qu'allons nous traiter dans les prochaines semaines ?

J'alternerai tous les 15 jours entre fiches pratiques et articles plus généraux.

- Fiches pratiques

Ces "fiches pratiques" discuteront de techniques et de détails précis visant à maximiser le potentiel de votre référencement.

J'utiliserai pour ce faire des captures d'écran qui nous serviront de base de travail. Nous verrons des sujets comme l'optimisation des balises "Titre" ou "Description", ou encore, des astuces à placer directement dans vos pages susceptibles d'être reprises dans les moteurs de recherche.

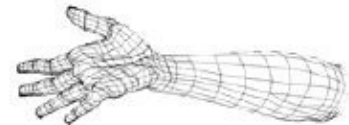
- Articles

Ces articles traiteront de ce thème de manière plus générale. Nous en profiterons pour l'aborder à l'échelle d'un site tout entier, voire des résultats d'un moteur ou d'un annuaire entiers.

par Gautier Girard de **Cerise Rouge**



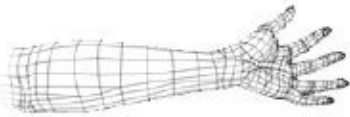
Humour et Internet



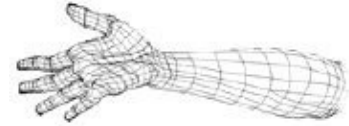
L'ancêtre d'Internet



par Frédéric LEPAGE de **Les BD qui bougent**



Référencement de A à Z



L'optimisation

Après avoir choisi son nom de domaine, son hébergement, réfléchi à la structure du site et à l'utilisation éventuelle de langages dynamiques, nous allons voir les éléments optimisables d'un site internet, dans une optique de référencement. Nous nous contenterons d'aborder le minimum à optimiser pour la visibilité d'un site.

Le titre de la page :

Il doit être représentatif du contenu de la page et faire une centaine de caractères environ. Reprenons notre site <http://www.logos-sonneries.biz>.

Pour la page d'accueil un bon titre pourrait être :

<title>Téléchargement de logos et sonneries pour téléphone portable ou mobile.</title>

Les balises Meta :

Certaines balises meta ont montré leurs limites et quelques moteurs de recherche ne les prennent plus en compte. C'est le cas de la balise meta keyword par exemple. Cette balise reste cependant utile pour un grand nombre d'annuaires qui récupèrent par la lecture de cette balise les mots clefs associés au site.

La balise meta description a un poids moindre dans le positionnement d'un site, mais elle servira de description, la plupart du temps, pour le résultat dans le moteur de recherche. Il faut donc la soigner particulièrement car c'est elle qui peut donner envie à l'internaute de visiter votre site.

Pour notre page d'accueil on pourra avoir :

```
<meta name="description" content="Site de téléchargement de logos et de sonneries pour
téléphone portable et mobile. Téléchargez des sonneries polyphoniques, des logos animés en
couleur et des messages pour répondre.">
```

```
<meta name="keywords" content="logo, sonnerie, logos, sonneries, téléphone portable,
téléphone mobile, sonnerie polyphonique, logo couleur, message répondeur">
```

N'oubliez pas de coder les accents, d'utiliser le singulier et le pluriel, et aussi d'anticiper les fautes d'orthographe ou de frappe.

Pour aller plus loin, un article évoquant les balises metas utilisables sur un site.

Les images :

Le menu de notre site est composé d'images. Il faut mettre le tag "alt" sur ces images pour ne pas pénaliser ceux qui naviguent en mode texte (comme les non voyants par exemple, lire à ce sujet un article sur l'accessibilité).

Ce tag "alt" doit reprendre le texte de l'image.

D'autre part, on peut doubler ce menu par un menu en texte en bas de chaque page. L'avantage est que l'on appuiera la densité des mots clefs et leur pertinence en les mettant dans des liens et qu'on sera sûr que les spiders pourront y accéder sans problème :

```
<a href="index.html">Sommaire</a> – <a href="logos.html">Logos</a> – <a
href="sonneries.html">Sonneries</a> – <a href="liens.html">Liens</a>
```

Les iframes :

Notre site d'exemple utilise des iframes (cadres locaux). Dans ces iframes sont appelés des fichiers html stockés sur des serveurs externes, où sont placés les logos et les sonneries téléchargeables. Il n'est pas nécessaire de faire référencer le contenu de ces iframes par contre il peut être utile de faire référencer la description de leur contenu.

Ainsi nous aurons par exemple :

```
<IFRAME SRC="http://www.sonnerie.net/external/DrtTop/get.top.php
?a=lsbiz00000FFFFFs=1=0 underline c_t=x 00%" WIDTH="540px" HEIGHT="95px"
BORDER="0" MARGINWIDTH="0" MARGINHEIGHT="0" HSPACE="0" VSPACE="0"
FRAMEBORDER="0" SCROLLING="no" name="téléchargement de sonneries">
Affichage des sonneries pour téléphone portable et mobile à télécharger. </IFRAME>
```

Enfin, n'oubliez pas de faire de même pour chacune des pages de votre site.

Questions/Réponses :

Est-ce que l'utilisation des balises <H1>mots clefs</H1> renforce la pertinence des mots clefs dans la page ?

Oui car la balise H1 est supposé contenir un gros titre donc important en terme de

description de contenu. De plus la bonne utilisation de cette balise facilite l'accessibilité du site aux non-voyants par exemple. Attention cependant ! Il ne s'agit pas de placer tout votre contenu pertinent dans cette balise !

Dois-je coder les accents dans mes balises metas ?

Oui, nous ne l'avons pas fait dans notre exemple afin de faciliter la lecture.

Par exemple pour notre balise description, nous aurions du avoir :

```
<meta name="description" content="Site de téléchargement de logos et de sonneries pour téléphone portable et mobile. Téléchargez des sonneries polyphoniques, des logos animés en couleur et des messages pour répondre.">
```

Qu'est ce que l'IDM ?

L'IDM est l'indice de densité d'un mot dans une page.

En clair, si votre page contient 8 fois le mot "choucroute" elle a plus de chance de sortir sur la requête "choucroute" que si la page ne contenait que 2 fois le mot. Attention à ne pas abuser et répéter plus que nécessaire vos mots clefs dans la page, ce n'est pas non plus le remède magique et cela pourrait pénaliser la bonne lisibilité de vos pages par les internautes.

Comment vérifier mes metas et mon indice de densité ?

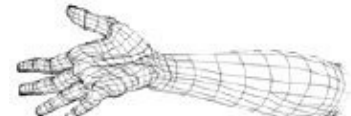
Il existe de nombreux sites permettant de faire un audit en ligne dont le site Outiref pour n'en citer qu'un.

Nous aborderons la prochaine fois le choix des mots clefs pour des sites plus fournis en contenus que notre site d'exemple.

par Marie Pourreyron d'**Altitude Référencement**



Optimisation et indexation commerciale



L'avenir du moyen-âge de l'Internet

INCROYABLE, ET VRAI

Une étude révélatrice de la compatibilité des sites Internet avec les normes HTML du W3C (World Wide Web Consortium) démontre que les développeurs Web – qui sont membres de l'organisation internationale, produisent des sites Internet conformes, au taux de seulement 6.5 % (Au secours!)

Ce taux a "bondit" de 1.9 % durant les derniers 18 mois. À ce rythme, l'arrivée en ligne de sites adéquats est prévue dans près de 49.2 années, soit vers le mois de mars 2052, si tout se passe bien. Qu'en est-il des créateurs Web qui n'en font pas parti? Est-il utile de répondre?

NE PAS ÊTRE DANS SON ASSIETTE

Dans le même ordre d'idées, encore trop de développeurs cherchent à indexer leurs sites dans les principaux outils de recherche de l'Internet sans saisir l'importance de proposer des pages Web possédant des contenus significatifs et optimisées, afin qu'elles puissent paraître en des positions avantageuses – pour ne pas dire utiles, dans les retours de requêtes d'Internautes.

Mais, dans ce cas, ce n'est qu'environ 0.01 % des sites Internet qui sont optimisés! La date de conformité envisagée est 2398. L'analogie d'exposer une assiette vide dans la vitrine d'un restaurant pour y attirer la clientèle me fait toujours sourire... et m'attire à fréquenter d'autres vitrines mieux garnies, d'autres cuisines visiblement plus alléchantes.

À une recherche utilisant le mot clé "Untitled" (sans titre), Google retourne 49.4 millions de pages Web, à partir de sa base de données, comportant approximativement 10% des pages Web du monde selon les agences internationales qui s'intéressent à ces données... Quelle extraordinaire base de données-clients!

LES FINES LAMES

Il est peu connu que ce n'est au début du Moyen-Âge que les médecins ont cru bon récupérer les opérations chirurgicales dans leur giron professionnel. Avant cette décision stratégique, ce sont les barbiers qui faisaient office de chirurgiens, puisqu'ils étaient habiletés depuis très longtemps à manier le tranchant des fines lames? (eh oui...)

Dieu merci que Gutenberg était, d'abord, un pourvoyeur de contenu; quelqu'un qui avait un message qui l'importait; quelqu'un qui cherchait à se faire lire... Autrement, l'enfilade de caractères aléatoires aurait suffi à l'émergence d'une imprimerie mort-née. Les cent singes proverbiaux composant un traité de métaphysique auraient occupé l'Académie Française (!)

Grâce à cette capacité de produire tant de sites Internet cherchant à "communiquer", la tour de Babel a connu, en moins de 5 ans, sa renaissance anticipée.

Maintenant, il revient à ceux qui se servent de l'Internet de façon pratique et concrète à revêtir l'uniforme de ce nouveau métier d'ingénieur en communication pour qu'enfin servent à quelque chose ces milliards de pages Internet, recto verso, perdues dans le Web Invisible.

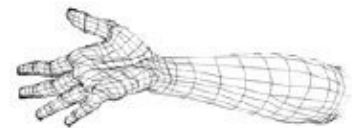
Créer un site Internet n'est pas encore "communiquer". Ramasser le feuillage tombé de l'automne, n'est pas encore composer. Pouvoir accéder une large bibliothèque n'est pas, encore, garant que nous sachions lire.

Merci et à bientôt!

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



Espace publicitaire





Hébergement pro

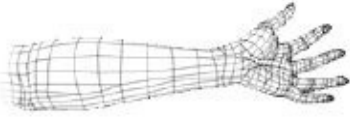


Votre crédit avec Egg

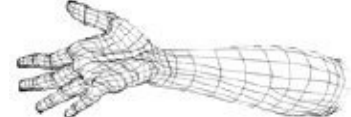


Winners Online Casino

Vous ICI ???



Jouez et Gagnez

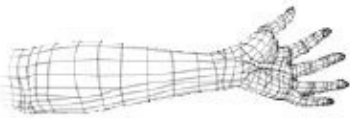


Gagnez, avec Refpayant.com, un **référencement "liberté"**. La personne qui arrivera à répondre exactement aux 4 questions ci-dessous gagnera le prix, un référencement "liberté".

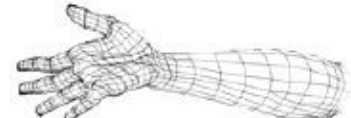
Vous avez juste à répondre aux 4 questions ci-dessous et à envoyer par email votre réponse à jouez_92@moteurzine.com et ceci avant le vendredi 31 octobre 2003 à 12h (heure de Paris).

- Sur le site FRONTIER (lien vers le site ci-dessus), quelle est la valeur de la formule de base ?
- Sur le site EGG (lien vers le site ci-dessus), sur la page "qui sommes-nous ?", au niveau de "Egg UK, une réussite fulgurante", en quelle année Prudential a créé Egg ?
- Sur le site WINNERS ONLINE (lien vers le site ci-dessus), le drapeau sur la droite, sur la page de garde, de quel pays est-il ?
- Combien de personnes avec les réponses exactes aux 3 premières questions vont envoyer un e-mail ?

Je me permets de souligner qu'une seule réponse par personne est acceptée. Plusieurs réponses rendront non valide la participation à ce jeu ! Je tiens aussi à souligner que le gagnant ne peut obtenir le prix que sous sa forme proposée et nullement sa valeur marchande.



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

18/10/2003 : "MSN prolonge son contrat avec Overture"

MSN vient de résigner avec Yahoo / Overture, son concurrent, au niveau des liens sponsorisés. La nouvelle date limite est juin 2005 et cela concerne le Royaume Uni et les Etats Unis. Depuis plusieurs semaines, la rumeur circulait que MSN allait dénoncer le contrat. Comme cet accord rapporte beaucoup à MSN, ils ne voient aucune raison, chez MSN, de quitter Overture pour qui que ce soit d'autre.

17/10/2003 : "Un nouvel annuaire, très... sélectif"

« Top–Annuaire.com est un nouvel annuaire de sites web sélectionnés selon une Charte Qualité rigoureuse : Un vrai contenu, pas plus d'un pop–up ni de publicités agressives, une présentation claire et agréable, sans oublier l'absence de liens morts et autres "images fantômes"... Vous l'aurez compris, à la quantité, nous privilégions la qualité, et rien que ça ! L'inclusion des sites est gratuite pour les sites non–commerciaux avec lien en retour. Vous possédez un site de référence ? N'hésitez pas à le soumettre, à coup sur, il sera bien entouré... »

17/10/2003 : "Google et ses liens sponsorisés condamnés en France pour contrefaçon"

« Les pratiques commerciales de Google sont dans le collimateur de la justice française. Deux sociétés exploitant deux sites internet de vente de billets d'avion et de voyages ("Bourse des vols" et "Bourse des voyages"), sont parvenues à faire condamner Google France pour "contrefaçon de marque", par le tribunal de grande instance de Nanterre. Le moteur de recherche devra leur verser 70000 euros de dommages et intérêts, et 5000 euros au titre des frais de justice. »

16/10/2003 : "Naissance d'un annuaire dédié aux sociétés de référencement"

Annuaire–Entreprise propose désormais aux sociétés un annuaire des référenceurs. Plus besoin de rechercher sur le net quel est le référenceur de sa région, en consultant cet annuaire, on peut trouver facilement tous ceux qui se situent dans sa région.

16/10/2003 : "Nouvelle fonction de recherche permettant d'explorer l'intégralité du contenu de Cordis"

« CORDIS, le Service Communautaire d'Information sur la Recherche et le Développement, a mis au point un nouvel outil de recherche puissant pour aider les utilisateurs à trouver les informations dont ils ont besoin. (...) »

16/10/2003 : "L'Huma intègre le moteur Intuition à son intranet"

« Le quotidien l'Humanité implémente Intuition, moteur de recherche développé par Sinequa, éditeur spécialisé dans l'accès à l'information. »

15/10/2003 : "Les spams nuisent à Google"

« Sur certaines recherches, le moteur n'affiche que quelques résultats, alors qu'il indique avoir trouvé des milliers de pages. Ce bug serait dû à des "sites spam", qui multiplient les mots clefs pour être bien placés. »

15/10/2003 : "Ne pas oublier FindWhat !"

« 70 millions de \$ de chiffre d'affaire, 17,7 millions de \$ de bénéfice. Ce sont les prévisions de l'outil cpc FindWhat pour cette année. Il y a un peu moins de 5 ans, FindWhat comptait deux employés alors qu'aujourd'hui ils sont 170. Avec sa probable installation en Europe grâce à Espotting, FindWhat risque de marcher sur les plates bandes d'Overture. »

14/10/2003 : "Néosphère(s), le guide des musiques nouvelles, change d'adresse"

« Néosphère, le guide des musiques nouvelles, expérimentales et improvisées devient Néosphères (au pluriel donc) et change d'adresse. A cette nouvelle URL il continuera de développer un annuaire spécialisé dans le domaine très pointu des musiques expérimentales et improvisées (rock progressif, free jazz, musiques improvisées...), un dossier musique minimaliste, (l'un des courants majeurs de la musique contemporaine) et un dossier Krautrock, pour tout connaître du rock planant allemand des années 70. »

14/10/2003 : "Le poulet ne traversera plus la route"

« Après quarante–huit heures sans internet, les entreprises américaines ont vu leurs chiffres d'affaires s'envoler. Ce n'est, pour l'instant, qu'un article bidon, sur un site humoristique, mais... »

13/10/2003 : "Soumissions massives : le filtre participatif de Francesurf"

« Suite à la distribution gratuite de logiciels de soumission multiple distribués dans les cédéroms des magazine spécialisés Outre Atlantique (ex: dynamic submission 2000), l'annuaire Francesurf.net s'est doté d'un filtre bloquant toute inscription automatisée.

"Nous n'approuvons pas les méthodes de soumission automatisée, mais adoptons ce trafic qui nous apporte une nouvelle clientèle." (...)

"S'il faut parfois réagir vite face aux différentes méthodes de soumission logielle, il ne faut pas pour autant les négliger: une proportion de leurs utilisateurs peut très bien correspondre au profil de clientèle recherchée." »

13/10/2003 : "Yahoo, sauvetage à l'ancienne"

« Le scénario est digne des meilleurs films à succès. Prenez un des fleurons de la nouvelle économie, en pleine crise d'adolescence, qui ne sait pas même s'il parviendra un jour à l'âge adulte. Dans le rôle du héros, imaginez un vétéran de Hollywood à la réputation impeccable, étranger aux us et coutumes de l'espace virtuel. Et, au final, en guise de happy end, vous possédez l'une des plus belles histoires de sauvetage de la Silicon Valley : celle de Yahoo, portail mythique s'il en est chez les internautes. »

13/10/2003 : "KB Crawl : outil de surveillance automatique de sites Internet"

« Le fondateur de la société française de services informatiques BEA Conseil détaille les atouts de KB Crawl, un logiciel de veille automatisée sur Internet. »

11/10/2003 : "Google.fr et Google.com : plus de 62 % des recherches sur internet"

« Le leader des moteurs, Google, avec les sites Google.fr et Google.com, s'octroie plus de 62 % des recherches sur internet et enregistre une hausse cumulée de 1,4 points. Wanadoo.fr, avec plus de 6 % des recherches, progresse légèrement de 0,12 points. Combiné avec les recherches saisies sur Voila.fr, le groupe Wanadoo est à l'origine de près de 9 % des recherches derrière la marque Yahoo, 12% des recherches.

Concernant le classement, la baisse de Msn.fr (-0,4 points) permet à Aol.fr de prendre la cinquième position. Msn.fr est désormais à la sixième place du classement. »

11/10/2003 : "Indexa multiplie les points d'entrée pour son annuaire Internet professionnel"

« C'est une initiative pionnière du Net français qui a su résister au temps. Créé en 1997, l'annuaire en ligne des sites professionnels Indexa a ouvert cette semaine une nouvelle version. Les principaux changements sont intervenus au niveau de la présentation des sites, du découpage de l'annuaire et de l'intégration de liens sponsorisés dans la recherche et dans l'annuaire. Indexa recense 40.000 sites professionnels répartis dans 700 rubriques d'information. Chaque jour, la petite société lyonnaise indexe en moyenne vingt nouveaux sites par jour. Elle multiplie les initiatives pour étoffer progressivement le service en montant des options "premium". »

11/10/2003 : "Google et ses serveurs rapides mais peu couteux"

Des serveurs peu couteux et rapides, c'est la solution matérielle adoptée par Google pour répondre aux 200 millions de requêtes quotidiennes. Chaque serveur possède plusieurs clones, ainsi, Google arrive à plus de 10.000 machines !

LES ARCHIVES

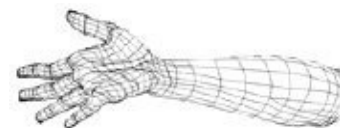
ou il y a un an, l'actualité du moment

16/10/2002 : "Inktomi au bord du désastre"

Le marché qui se ressert, un management de la société lamentable, des concurrents très agressifs... ce sont les éléments qui ont mis à mal la société Inktomi, une des plus belle réussite de l'Internet.



Les outils de recherche
francophones



19 octobre 2003

Links-traffic

Annuaire proposant un échange pyramidal de liens.

18 octobre 2003

Recettes de cuisine.com

Moteur de recherche spécial recettes de cuisine.

17 octobre 2003

Stars et célébrités

Annuaire de toutes vos stars.

Humour et blagues

Annuaire des sites Internet sur l'humour et les blagues.

16 octobre 2003

Collectool

Annuaire de recherche pour les collectionneurs.

Noname

Sélection de sites web accessibles depuis un terminal i-mode.

15 octobre 2003

Top-annuaire

Selection de sites selon une Charte Qualité rigoureuse.

Voyages-tourisme.com

L'annuaire sélectif du tourisme sur le web.

14 octobre 2003

Cordis

Moteur de recherche sur la RDEt l'Innovation en Europe.

Intérim

Annuaire d'agences d'intérim avec recherche thématique, géographique.

12 octobre 2003

Radio FG

Annuaire des liens de la Radio FG !

11 octobre 2003

Maxiservices

L'annuaire recense tous les types de site.

10 octobre 2003

String ficelle

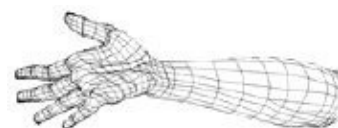
Annuaire de sites pour adultes.





Casino-affiliation

Annuaire généraliste du site casino affiliation.



Auto Promotion



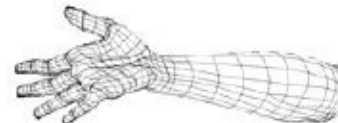
<p>Où trouver la meilleure info sur les outils de recherche ?</p>	
par Caroline de <u>Crea-Interactive</u> (234x60)	
	
par Max, infodesigneur de MZ (170x85)	
	
par Max, infodesigneur de MZ (61x60)	
	
par Alain de <u>Rêve Lémanique</u> (90x38)	
	
par Alain de <u>Rêve Lémanique</u> (90x38)	

<meta Name="efficace" Content="  ">
Boostez votre site: Mettez du MoteurZine dans vos META-TAGS

par Alain de Rêve Lémanique (468x60)



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 visibilité

Damien GUIGUE de
Yooda

Chronique sur le référencement
marketing

Gautier Girard de Cerise
Rouge

Humour et Internet

Frédéric LEPAGE de
Les BD qui bougent

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</u> / <u>Enfin</u>

© 1999 à 2003 par **IDF.net**