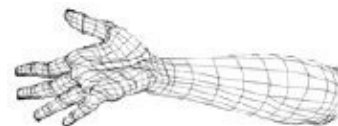


numéro cent-deux (#102)

le lundi 2 février 2004



Sommaire



- [Sommaire](#)
- [Editorial](#)
- [Le monde selon Google](#)
Le point sur les data centers de Google
- [Les entreprises et les outils de recherche](#)
Etude de cas : Relais informatique international Diffusion – Partie 2
- [Le référencement marketing](#)
Optimiser vos textes pour les moteurs (Partie 1)
- [Optimisation et indexation commerciale](#)
Les défis mondiaux de l'optimisation rentable
- [Enfin, les informations](#)
- [Les outils de recherche francophones](#)
- [Conclusion](#)

[Le dernier Moteurzine en html](#)

[Le dernier Moteurzine en PDF](#)

[Les archives de Moteurzine](#)

[Le forum Moteurzine](#)

[Le livre du Référencement en PDF](#)

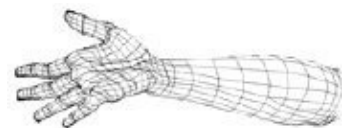
[Ecrire à Moteurzine](#)



[Annuaire du sport en France](#)



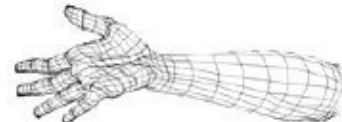
Espace publicitaire



– votre publicité lue par 28.000 personnes ! –



 ditorial



Polu  par les virus !

par Chris H d 

Enfin et Moteurzine d'un côté, Développement et Référencement d'un autre.



Christophe HEDE

e-mail
site

Les virus s'entassent dans ma boîte aux lettres... quelques centaines par heures, ça donne quelques milliers par jour. Pourquoi les virus ne sont pas suffisamment intelligents pour savoir que ça ne sert à rien de visiter les machines sous linux !? D'ailleurs, à quand un virus suffisamment évolué pour reformater les postes sous MST qui n'ont pas eu la prévoyance d'avoir un antivirus mis à jour ? Bon, c'est vrai qu'ils se condamneraient ainsi à la mort, mais d'un autre côté, peut être qu'il y aurait un peu moins d'insouciance de la part des informaticiens du dimanche !

Pour ceux qui n'osent pas aborder le référencement de peur de faire des bêtises, Gautier vient de réaliser un livre au format PDF expliquant, résumant les points importants d'un référencement de base et surtout sans erreur. N'hésitez pas à télécharger, à diffuser ce livre sur le référencement, il est gratuit et il est fait pour vous !

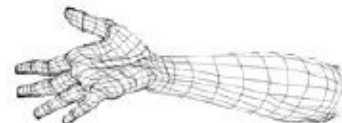
Il paraît que donner des chiffres sur le programme de liens sponsorisés de Google n'est pas bien ? Je ne comprends pas pourquoi... et d'ailleurs, quels chiffres... il y en a tellement ! J'ai donc demandé à un ami travaillant dans un grand portail français des données, et il m'a dit *entre 3 et 4% pour le taux de clic.*

Et le prix moyen, que je lui ai demandé... *la prochaine fois, peut être !*

Bonne lecture...



Le monde selon Google



Le point sur les data centers de Google



Olivier DUFFEZ

par Olivier Duffez

Editeur de [WebRankInfo](#), il propose aux professionnels des prestations de conseil et référencement sur [WebRankExpert](#).

[e-mail](#)
[site](#)

Ce n'est pas un scoop, les milliers de serveurs de Google sont répartis sur plusieurs centres de données (data centers), comme il est expliqué dans cette description des [Google Data Centers](#). Mais depuis l'année dernière, leurs adresses ont changé. Bref, il était temps de faire le point...

Tous les data centers étaient donnés avec une adresse IP se terminant par 100. Il se trouve que certains data centers ne sont plus accessibles par cette adresse. Le tableau suivant liste les data centers dans l'ordre chronologique de leur découverte.

<i>Nom, emplacement, description</i>	<i>Nom de domaine</i>	<i>Adresses IP</i>
Santa Clara (Californie, Etats-Unis) Hébergé par Exodus Communications <i>En service depuis 1998</i>	www-ex.google.com	216.239.33.98 216.239.33.99 216.239.33.100 216.239.33.101 216.239.33.102 216.239.33.103 216.239.33.104 216.239.33.105
San Jose (Californie, Etats-Unis) Hébergé par Global Crossing, mis en service début 2000. <i>Hors-service depuis octobre 2003</i>	www-sj.google.com	hors-service
Herndon (Virginie, Etats-Unis) <i>Adresse 216.239.37.100 hors-service</i>	www-va.google.com	216.239.37.98 216.239.37.99 216.239.37.102 216.239.37.103 216.239.37.104 216.239.37.105 216.239.37.147
Washington DC (Etats-Unis) <i>Adresse 216.239.39.100 hors-service</i>	www-dc.google.com	216.239.39.98 216.239.39.99 216.239.39.102 216.239.39.103 216.239.39.104 216.239.39.105 216.239.39.147
Virginie (Etats-Unis) <i>Adresse 216.239.41.100 hors-service</i>	www-fi.google.com	216.239.41.98 216.239.41.99

		216.239.41.102 216.239.41.103 216.239.41.104 216.239.41.105
Sterling (Virginie, Etats-Unis) Hébergé par Exodus Communications <i>Adresse 216.239.51.100 hors-service</i>	www-ab.google.com	216.239.51.99 216.239.51.102 216.239.51.103 216.239.51.104 216.239.51.105 216.239.51.147
Santa Clara (Californie, Etats-Unis) Hébergé par Exodus Communications <i>Adresse 216.239.53.100 hors-service</i>	www-in.google.com	216.239.53.98 216.239.53.99 216.239.53.104 216.239.53.105
Zurich (Suisse) depuis juin 2002. <i>Adresse 216.239.55.100 hors-service depuis novembre 2003</i>	www-zu.google.com	216.239.55.104
Palo Alto (Virginie, Etats-Unis) depuis janvier 2003. Hébergé par Cable & Wireless. <i>Adresse 216.239.53.100 hors-service</i>	www-cw.google.com	216.239.57.98 216.239.57.99 216.239.57.104 216.239.57.105
Dublin (Irlande) Mis en service le 1er août 2003 <i>Adresse 216.239.59.100 hors-service</i>	www-gv.google.com	216.239.59.98 216.239.59.99 216.239.59.102 216.239.59.103 216.239.59.104 216.239.59.105
Connu depuis septembre 2003. Irlande <i>Adresse 66.102.11.100 hors-service</i>	www-kr.google.com	66.102.11.99 66.102.11.101 66.102.11.104
Connu depuis octobre 2003. Semble être situé à Santa-Clara (Californie, Etats-Unis) <i>Adresse 66.102.7.100 hors-service</i>	www-mc.google.com	66.102.7.98 66.102.7.99 66.102.7.102 66.102.7.104 66.102.7.105 66.102.7.147
Connu depuis novembre 2003. Semble être situé à Dublin	www-lm.google.com	66.102.9.99 66.102.9.100 66.102.9.101 66.102.9.104

A quoi ça sert de connaître tout ça ? Pas à grand chose pour la plupart des gens... Mais pour ceux qui veulent analyser de près ce qui se passe sur Google, il est important de pouvoir faire des requêtes sur l'un ou l'autre des data centers.

Pendant une Google Dance, il peut y avoir de grosses différences de positionnement selon les data centers. Les PageRank peuvent être différents également.

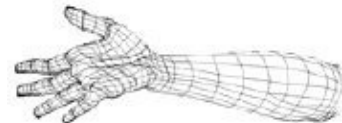
A tout moment, il peut y avoir des différences sur le nombre de pages indexées affiché pour

un site donné, selon les data centers. C'est le cas surtout pour les très gros sites (plusieurs dizaines de milliers de pages indexées dans Google).

Pour analyser votre site sur les différents data centers, utilisez votre compte WRI, la nouvelle rubrique d'outils de WebRankInfo.



Les entreprises et les outils
de recherche



Etude de cas : Relais informatique international Diffusion – Partie 2



Jean-Claude
BÉNARD

par Jean-Claude Benard

Directeur commercial de QuadraMultiMedia et créateur de Slovar –
Partenaire Officiel de Espotting et Overture.

e-mail
site

Après avoir présenté le « surf » du vingtième siècle au travers des premiers logiciels de recherches bibliothécaires, nous avons souhaité donner la parole à Patrick SIBELLAS Président directeur général du Relais Informatique International.

Pour mémoire, nous vous rappelons que RIID est basé en banlieue parisienne à Rosny Sous Bois (93) Créée il y a plus de quinze ans, cette entreprise a mis au point un ensemble de solutions de gestion pour les bibliothèques et médiathèques.

RIID est un des leaders européens de la gestion de bibliothèques

MZ : Pouvez vous nous présenter rapidement RIID ?

Nous sommes une SA au capital de 121 959 Euros et sommes un éditeur de logiciels de gestion de bibliothèques et médiathèques français indépendant. Nous sommes spécialistes dans ce domaine depuis notre création.

Notre équipe est constituée de 12 personnes situées au siège social de Rosny sous Bois. Nous avons une présence extrêmement active dans la région aquitaine au travers d'un de nos principaux distributeurs et un grand nombre de sites en ex Union soviétique.

MZ : Comment se fait-il qu'alors que peu d'entreprises françaises soient parties à l'assaut du marché de l'ex URSS et que vous y soyez aussi présent ?

Nous sommes encore le seul éditeur français de logiciels culturels à être présents sur ce marché 11 ans après notre première installation.

Nos logiciels ont été développés de façon à gérer facilement les différents alphabets et langues. Nous avons été souvent sollicités par de grandes bibliothèques russes. La

dissolution de l'union soviétique nous a donné envie d'aller voir sur place quelles étaient les opportunités pour nos solutions.

Après avoir effectué les premières ventes, nous avons recruté et formé des personnels russes nous sommes rapidement devenus le numéro 1 privé en fédération de Russie.

En 1995, nos employés russes ont décidé de créer leur propre société et sont devenus aujourd'hui un de nos plus fidèle revendeurs.

MZ : Vous allez vous-même en Russie ?

Tous les ans je vais en Russie et en Ukraine pour participer au congrès des utilisateurs de nos solutions. J'aimerais m'y rendre un peu plus souvent mais le temps me manque. Cette partie de l'Europe est assez fascinante et mérite qu'on s'y intéresse mieux.

MZ : Quelle est la date de votre première installation française ? La plus lointaine de vos bases ?

Nous avons installé notre premier logiciel à la bibliothèque municipale de Mitry–Mory en 1987.

C'est l'une des nombreuses bibliothèques qui nous est restée fidèle depuis l'origine.

La plus lointaine au niveau géographique est le réseau Internet et Intranet des bibliothèques de La Poste à NOUMEA en Nouvelle Calédonie.

MZ : Patrick, à quoi attribuez vous la longévité des solutions de RIID ?

En tout premier je vous répondrai : L'analyse. Je ne dirai pas que développer est une mission facile mais créer une application sans prendre le temps d'analyser les besoins, le fonctionnement ou les particularités d'une profession est souvent voué à l'échec.

En ce qui concerne RIID, nous évoluons dans un domaine particulièrement normatif qu'est la gestion de bibliothèques et médiathèques. Cela signifie que la profession a clairement défini au niveau national et international les normes incontournables que chaque éditeur doit respecter.

Hors ces normes, les bibliothèques et médiathèques apprécient tout ce qui pourra apporter une meilleure ergonomie d'utilisation ou une optimisation dans le traitement des tâches quotidiennes.

MZ : Nous avons évoqué lors de la présentation des outils de recherche bibliothécaires les solutions LIBER. Qu'en est-il aujourd'hui ?

Les matériels et logiciels de développement évoluant, LIBER a laissé sa place à une version plus performante dénommée LIBERMEDIA.

LIBERMEDIA comme son nom le laisse supposer a intégré la majeure partie des périphériques de communication moderne.

Notre cellule de veille technique interne croyait dès 1997 à la croissance du phénomène Internet. Alors que la totalité des solutions de gestion bibliothécaires fonctionnaient en client serveur classique nous étions les premiers éditeurs français à proposer une interface utilisateur en client léger (basée sur un navigateur IE).

Nous avons ensuite étendu la solution au Web lui-même et permis aux bibliothèques qui le souhaitent de mettre leur catalogue en ligne.

MZ : Est-il possible de consulter un de ces catalogues ?

Bien entendu. Vous pouvez consulter par exemple le catalogue de la bibliothèque de l'institut culturel français de Cracovie à <http://www.ifcracovie.org.pl/>.

MZ : Compte tenu de l'afflux de nouvelles technologies vos solutions continuent-elles à évoluer dans le même sens ?

Absolument. Notre laboratoire de développement continue à tester et innover. C'est d'ailleurs dans ce cadre que nous avons lancé en fin 2002 une nouvelle solution qui intègre toutes les NTIC : ABSOTHEQUE.

Cette nouvelle solution est basée sur SQL serveur et est prévue pour s'adapter à toutes les tailles de bibliothèques et médiathèques.

MZ : Nouveau produit ? Mais qu'advient-il des clients utilisant les actuelles versions ?

Nous n'avons aucune attitude suicidaire. Il est évident que nous avons intégré dans nos nouveaux développements un accompagnement incluant un portage et une reprise intégrale des données absolument indolore pour nos clients.

Lorsque vous avez des clients qui sont fidèles à vos produits depuis 10 ans en moyenne, vous devez mettre en place des méthodes d'accompagnement et de suivi exemplaires.

MZ : quelle est la place des outils de recherche web dans votre communication ?

Dans un premier temps, nous avons utilisé les services d'un professionnel du référencement. Ce référencement très bien fait au demeurant n'a pas bien résisté à l'arrivée du référencement payant.

Etant persuadés de la prédominance du Web dans les recherches de produits ou services, après une période d'observation, nous avons décidé d'opter pour l'achat de liens sponsorisés.

Ce choix a été dicté par la possibilité d'utiliser des mots particulièrement ciblés et qui correspondent à notre public.

MZ : Envisagez-vous d'autres actions ?

Nous travaillons actuellement sur le sujet et je peux vous dire que notre orientation sera d'améliorer encore plus le dialogue direct avec nos clients et prospects. Je ne peux malheureusement dévoiler tous nos plans mais ils sont nombreux.

MZ : merci Patrick pour cette interview et permettez nous de vous souhaiter une grande année 2004

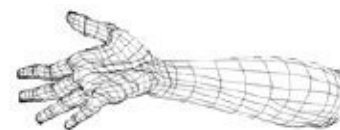
Merci à vous d'avoir permis à RIID de se présenter à vos lecteurs. Je me permets de souhaiter à mon tour mes meilleurs voeux de prospérité et de réussite à tous vos abonnés.

RII Diffusion

Tour de bureaux de Rosny 2
93130 Rosny sous Bois
Téléphone : 01 48 54 90 00
Email : comm@rii-diffusion.fr
Web : <http://www.rii-diffusion.fr/>



Le référencement marketing



Optimiser vos textes pour les moteurs (Partie 1)

par Gautier Girard

Une agence de marketing internet, du référencement professionnel et la cerise sur le gâteau.



Gautier
GIRARD

e-mail
[site](#)

J'espère que le guide du référencement offert par l'équipe de MoteurZine cette semaine vous plaira. J'en suis l'auteur, et je vous invite à en discuter dans le forum de MoteurZine !

Revenons à nos moutons.

Maintenant que nos titres de sites et nos descriptions sont parfaitement optimisées, demandons nous maintenant s'il ne serait pas possible d'optimiser les textes de son site. Rien que cela.

Pour quelle raison devrions nous faire cela ?

Jugez plutôt :

[Petites-annonces.fr](#)

... location saisonnière, **annonces** rencontres, rencontre dans votre region, annonce emploi, emplois, informatique, loisirs, animaux, **petites annonces** chiens. ...

Description: **Petites annonces**. Achats groupés, vente en ligne. Propose d'annoncer par presse et minitel. Service payant.

Catégorie: [World](#) > [Français](#) > [Achats](#) > [Petites annonces](#)

www.petites-annonces.fr/ - 13k - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

[bonjour.fr : petites annonces auto, immobilier, emploi, rencontres ...](#)

300 000 **petites annonces** : auto - moto, immobilier, locations saisonnières, bonnes affaires, promotions, emploi, rencontres. Consultez ...

Description: Passer et consulter une petite annonce sur Bonjour.fr

Catégorie: [World](#) > [Français](#) > ... > [Petites annonces](#)

www.bonjour.fr/ - 11k - 28 jan 2004 - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

[LesPAC.com - Les Petites Annonces Classées du Québec](#)

... Mot de passe oublié ? 2209 personnes en ligne, 86087 **annonces** classées.

388011 membres inscrits, 19176 nouvelles **annonces** depuis 7 jours. ...

Description: Placement et consultation des textes et photos, classement par distance du lieu choisi, pour chaque...

Catégorie: [World](#) > [Français](#) > ... > [Petites annonces](#)

www.lespac.com/ - 51k - 28 jan 2004 - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

[Petites annonces auto automobiles d'occasion neuves...](#)

offres d' emploi, stage, formation Automobiles occasions neuves Auto-moto, bateaux,

scooter Immobilières location achat vente colocation Rencontres amour ...

petites.annonces.bz/ - 3k - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

(résultats d'une requête petites annonces sur Google)

Le premier et le quatrième résultat ne sont pas des plus aguicheurs : il s'agit de listes de mots-clés. Le troisième non plus : affichage du nombre de connectés. Le second par contre est intéressant. Il s'agit d'un court texte qui répond, somme toute, à la demande initiale, à savoir les petites annonces.

Mais comment fait bonjour.fr ?

[Université Laval. Groupe de travail pro-actif en ergonomie](#)

Alérion L'ERGONOMIE. Groupe de travail pro-actif en ERGONOMIE. Le conseil ergonomique du mois: Utilisation de l'écran d'ordinateur. ...
Description: Recommandations pour l'utilisation de **matériel informatique** issues d'un groupe de travail de l'universit...
Catégorie: World > Français > Informatique > Ergonomie
www.vrrh.ulaval.ca/sante/ergonomie.html - 2k - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

[Achat **Matériel informatique** - Acheter **Matériel informatique** au](#)

...
... Monsieur Prix : **Matériel informatique. Matériel informatique.** Appareils mobiles. Organiseur ... Monsieur Prix : **Matériel informatique.** Comparaison ...
www.monsieurprix.com/informatique.html - 29k - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

[01 Net - etude de **materiel informatique.**](#)

... technologies. 01 NET - L'étude **matériel informatique.** 01 NET - étude **matériel informatique.** ... 01 NET - étude **matériel informatique.**
www.01net.com/etude_materiel_informatique.html - 11k - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

[Comparer les prix sur Clubic.com : **Matériel PC**](#)

Comparez le prix du **matériel informatique** sur Clubic.com : La première communauté **informatique** et multimédia :) Pour comparer les prix, utilisez le 1er ...
www.clubic.com/s/ - 35k - 28 jan 2004 - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

(résultats d'une requête matériel informatique sur Google)

Idem que précédemment, pour cette fois, seul le quatrième résultat ressemble à quelque chose d'humainement compréhensible.

Mais comment fait Clubic.fr ?

Une dernière capture pour la route :

[JEUXVIDEO.COM - La Référence des **Jeux Vidéo** sur PC et Consoles ...](#)

Magazine online des **jeux vidéo** en français (PC et Consoles). News, previews, tests, trucs et astuces par milliers, démos, patches ...
Description: Magazine des **jeux vidéo** pour PC et consoles. Offre des essais et critiques de **jeux**, des trucs et...
Catégorie: World > Français > Jeux > Jeux vidéo
www.jeuxvideo.com/ - 3k - 28 jan 2004 - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

[Gamekult **Jeux Vidéo**](#)

... Gamekult : Magazine de **jeux video.** ... Nous voulons pareillement être là dans des millions d'années". Gamekult : Magazine de **jeux video.** ...
Description: Tests, nouvelles, forums et prévisualisations de **jeux** autant pour PC que pour consoles.
Catégorie: World > Français > Jeux > Jeux vidéo
www.gamekult.com/ - 40k - 28 jan 2004 - [En cache](#) - [Pages similaires](#)

[Libération.fr - **Jeux vidéo**](#)

... **jeux video.** culture. musique. ... Concepteur de **jeux vidéo** à succès, il plaide pour une approche pacifique et citoyenne de ce divertissement. Ailleurs sur le web, ...
www.liberation.com/page.php?Rubrique=JEUXVIDEO - [Pages similaires](#)

(résultats d'une requête jeux vidéos sur Google)

Pour cette fois, l'affichage des deux premiers est correct, mais le troisième donne tout sauf envie de cliquer. Mais comment fait Jeuxvideo.com ?

Nous parlons ici de sites dont le chiffre d'affaires est important, où les enjeux financiers sont importants, où le référencement est important. Sur des requêtes sensibles tapées des dizaines de milliers de fois chaque mois. Quand vous voyez le résultat au niveau de l'internaute, vous vous dites certainement que quelque chose leur a échappé ! Que malgré les enjeux, la présentation de ces sites dans les pages de résultats est loin d'être jolie.

Rappelons que notre but dans cette chronique est justement de vous donner un avantage par rapport à vos concurrents. "D'aspirer" leur trafic simplement en présentant mieux vos pages dans les résultats des outils de recherche.

Vous tombez bien, car désormais vous ne ferez plus l'erreur d'afficher des listes de mots immondes et incompréhensibles pour l'internaute lambda. Et de faire fuir vos prospects potentiels vers des concurrents dont l'affichage est plus aguichant !

Dans cette nouvelle session de référencement marketing, nous allons étudier la manière dont vous pouvez optimiser vos textes afin de rendre votre site "beau" dans les pages de résultats, et sur les requêtes que vous souhaitez.

Attention, pour cela vous aurez besoin de divers éléments essentiels :

- De la perspicacité,
- Du recul sur votre site et son contenu.

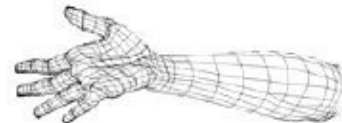
Je crois que c'est tout. Si, une dernière chose : ne pas avoir peur. Nous verrons pourquoi plus tard – rien de grave en vue.

La question qui vous taraude désormais, est probablement : *"mais comment allons nous faire maintenant pour se présenter mieux que les concurrents et leur voler tout le trafic ?"*

A très bientôt pour la réponse mes amis.



Optimisation et indexation
commerciale



Les défis mondiaux de l'optimisation rentable

par Pierre Frigon

Auteur et l'éditeur des Histoires à succès de l'internet : [L'encyclopédie
Mondiale du Commerce Électronique Interactif et Personnalisé.](#)



Pierre FRIGON

[e-mail
site](#)

Il est de plus en plus nécessaire, vue l'augmentation du nombre, de la qualité et de la compétitivité des sites Web, de considérer les différentes stratégies nécessaires à la pénétration de sa niche de marché Web.

Cette nécessité doit, maintenant, aussi tenir compte de la quantité très limitée de bonnes positions dans les engins de recherche, quand l'on sait que seules les deux premières pages offrent des affichages qui donneront des résultats décroissants en efficacité et que la formule dispendieuse de l'achat par mots clés (Pay Per Clic) double les premiers affichages "naturels" d'un moteur de recherche. On dénombre environ 3.6 milliards de pages dans Google, sur les 35 milliards de pages sensées exister dans le Web!

COMPÉTITIONNER LES SITES LES PLUS RICHES

Une autre variable non négligeable est que la valeur monétaire des achats Internet commence à devenir plus importante, pour ne pas dire plus payante, et que des chiffres d'affaires fabuleux commencent à se manifester, même dans des sites purement transactionnels.

Le rêve d'il y a quelques années se concrétise. Des sites Web qui vendent pour plusieurs millions de dollars ou d'Euros annuellement existent, même dans un petit marché comme ici au Québec. La mondialisation, en voie d'implantation, accélère la croissance de certains secteurs économiques et permet, enfin, le débordement des frontières politiques d'un pays.

Dans pareil contexte, comment commencer, progresser et assurer une optimisation et une indexation de site Web dans ce média en éternel développement de sa concurrence locale et mondiale? Voilà une question qui préoccupe toutes les entreprises actives sur le Net, qui ne possèdent pas, à l'interne, de compétences seniors pour déterminer jusqu'où aller, quand s'arrêter et quand reprendre ces démarches en fonction de leur rentabilité.

LES DÉCRETS D'AFFAIRES DES MACHINES

Comprendre comment opère, entre-elles, les milliards de machines composant l'Internet d'affaires n'est pas donné au premier venu! D'autant plus que tous les sites du monde sont interprétés – ou traduits, par les algorithmes d'évaluation de la pertinence des sites Web des moteurs de recherche, pour en définir de degré d'autorité, c'est-à-dire, à la fois le sérieux et le degré d'expertise qu'un site peut posséder sur un sujet ou un objet donné... De là découle l'allocation des meilleures positions par les moteurs de recherche.

Mince tâche que de confier à des machines, toujours un peu bêtes, le rôle de juge et jury quand à la valeur des contenus d'un site, en fonction d'une requête souvent, elle-même, très approximative ou peu ciblée. Vu la complexité de la tâche, aucun humain ne pourrait faire mieux en un dixième de seconde, pour tous les sites de la planète traitant d'un domaine en particulier.

JUGEMENTS SANS APPELS

À défaut d'être juste, les moteurs de recherche généralisent, globalisent – à leur tour, et rendent des verdicts sans appels sur la valeur et la pertinence des sites Internet qu'ils conservent dans les entrailles de leurs caches ou de leurs bases de données.

Pour percer dans les deux premières pages de retours de requêtes d'un secteur d'affaires très

compétitif, sur le Web, il faut sérieusement connaître son affaire. Chaque domaine est, en soi, très différent. Les budgets alloués aux sites et à leur promotion sont souvent extrêmement variables et la différence de sites Web d'un même domaine est énorme.

RÊVER EN COULEURS EST SI FACILE

Par exemple, un prospect du Québec me disait, l'autre jour, vouloir vendre ses services à des entreprises mondiales "Top 100", comme Sony USA, à partir de son tout nouveau site Web – non optimisé ou indexé, d'une douzaine de pages, dans lequel il envisageait investir un maximum de 125\$ de promotions mensuelles... Rêver en couleurs est si facile, sur le Web...

Il venait tout juste de faire refaire son site Web, tout aussi pauvre en optimisation que le premier, dans l'espoir de gravir la pente de son succès. Comme tant d'autres entrepreneurs, refaire pour une deuxième ou une centaine fois son site par les mêmes compétences graphique et technologique qui n'ont pu lui assurer sa visibilité Internet dès le départ, correspond à ne rien comprendre sur la répartition d'un budget Internet.

Il demeure toujours vrai que suivre les conseils sur le marketing Internet en provenance de graphistes ou de programmeurs ne pourra jamais percer le mur de la rentabilité assurée d'un site. Il existe 19 corps de métiers distincts pour assurer une rentabilité Internet... À quoi peuvent bien servir les 17 autres spécialités?

RÉUSSIR EN COULEURS EST SI DIFFICILE

Avec un pareil budget publicitaire, cela équivaut à s'acheter une publicité d'un format de carte d'affaires, dans le journal local, non à prospecter la planète pour des comptes majeurs auprès des entreprises les plus riches de la planète! Réussir en couleurs est si difficile, sur le Web...

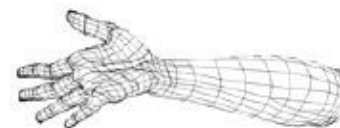
C'est pourquoi les entreprises qui voient de véritables croissances dans leurs ventes, sur le Net, optimisent leurs pages Web d'une façon continue, avec des compétences pointues en Marketing Scientifique Internet.

Dans la prochaine rubrique, nous verrons les étapes d'une optimisation soutenue, faisant suite à une première optimisation dite de "couverture".

Je suis toujours heureux de répondre personnellement aux correspondants.



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
28/01/2004 : "Google va ouvrir un centre de développement à Zurich"

« Google va ouvrir au printemps prochain un centre de développement pour l'Europe à Zurich. La qualité de vie et la situation géographique idéale ont convaincu le premier moteur de recherche internet mondial à choisir la ville alémanique.

«Le site de Zurich doit être considéré comme une implantation européenne», a précisé mercredi le responsable suisse de Google Urs Hölzle dans la «Neue Zürcher Zeitung». «Nous allons faire venir là les meilleurs informaticiens du Vieux-Continent.»

Ce dernier motive la sélection de Zurich par une certaine qualité de vie et un emplacement idéal d'un point de vue géographique. Google compte notamment étoffer son offre en termes de langues, en engageant des ingénieurs des pays en question.

Le choix s'explique aussi par le souhait émis par ces spécialistes de ne pas traverser l'Atlantique. «Parallèlement, nous avons des collaborateurs européens exerçant aux Etats-Unis qui veulent retourner en Europe», ajoute Urs Hölzle. »

27/01/2004 : "Google fait un pas de plus vers la bourse"

« Le célèbre moteur a demandé un audit comptable, étape incontournable avant une introduction.

L'entrée de Google à Wall Street est de plus en plus proche. Selon le New York Times, la star de l'Internet vient en effet de demander un audit comptable qui certifie la conformité de l'entreprise avec la loi Sarbanes-Oxley, étape essentielle avant toute introduction.

Entrée en vigueur mi-2002 après la vague de scandales comptables aux Etats-Unis, la loi Sarbanes-Oxley vise à améliorer la qualité de l'information financière et des audits comptables indépendants.

Cet audit était attendu par les dirigeants de Google avant d'entamer les procédures formelles d'enregistrement des actions avec le gendarme de la bourse américaine, la SEC (Securities and Exchange Commission). (...) »

27/01/2004 : "Google et Yahoo sur le créneau de la publicité locale"

« 2004 a des chances d'être l'année d'une lutte sans merci entre Google et Yahoo !, qui cherchent tous deux à repousser les limites de leurs moteurs de recherche. Leur nouveau défi, aujourd'hui, consiste à accompagner les pages de résultats d'espaces publicitaires annonçant entreprises et commerces locaux.

Pour l'heure, l'un comme l'autre peuvent se gausser de la qualité de leurs technologies, qui permettent déjà d'afficher des publicités en rapport avec les termes de la recherche émise par l'internaute, et leur rapportent une part importante de la totalité de leurs revenus. Si pour l'instant Yahoo ! utilise les technologies de Google, il cherche plus que tout à s'en affranchir, et à fonctionner sur la base de ses propres technologies. (...) »

26/01/2004 : "Overture et MSN développent leurs relations"

« Overture a étendu son partenariat existant avec MSN et continuera à fournir ses liens sponsorisés aux utilisateurs de MSN en France, en Allemagne, en Italie, en Espagne et aux Pays-Bas jusqu'en 2005. De plus, cet accord inclut désormais Overture en Autriche et en Suisse.

Les résultats de recherche sur MSN affichent un minimum de trois liens sponsorisés Overture sous l'intitulé « Liens sponsorisés ». »

26/01/2004 : "Augmenter la pertinence et la qualité des outils de recherche"

« Augmenter la pertinence et la qualité de l'index des outils de recherche sur internet », voici l'objectif que s'est fixé la société française, Linkkit. Linkkit a fait évaluer ses résultats par un laboratoire américain : « La technologie Linkkit appliquée à Google a conduit à une augmentation de plus de 3.72% de documents jugés pertinents

comparé aux résultats sur Google seul, pour le même lot de requêtes. »
Sans compter que Linkkit arrive à nettoyer les bases du spam omniprésent !

24/01/2004 : "SEO Story – Episode II"

« Après plus d'un an d'existence notamment ponctuée par une soirée des référenceurs organisée en janvier 2003 mais aussi par quelques passages à vide, le site SEO Story se refait une jeunesse dans le monde merveilleux du référencement. (...) »

24/01/2004 : "Yahoo! se retire du Danemark"

« Le portail ferme ses bureaux pour manque de rentabilité.
Yahoo engrange les millions, son chiffre d'affaires a doublé au dernier trimestre, mais la recette miracle ne fonctionne pas partout. Et Yahoo n'a pas de scrupules à couper aussi sec les branches malades.
C'est le cas au Danemark. Le groupe américain a décidé de se retirer du pays et de fermer fin janvier son bureau nordique de Copenhague, qui couvre également ses activités en Norvège et en Suède. (...) »

24/01/2004 : "Avec Orkut, Google met un pied dans les réseaux sociaux"

« Le lancement de Orkut.com par un salarié de Google pourrait annoncer l'arrivée du géant de la recherche en ligne dans le monde de la rencontre.
A peine lancé, Friendster est-il déjà dans la ligne de mire de Google ? Surfant sur la vague des LinkedIn, Friendster, Tribe.net et autres Ryse, un certain Orkut Buyukkokten a mis en ligne le site web www.orkut.com, un énième site de réseaux sociaux, consistant à mettre en relation les amis des amis de ses amis{x{2026}} Or il se trouve que ce fameux Orkut est un salarié de Google, le géant américain de la recherche internet, et que l'information fait grand bruit dans la presse en ligne américaine. (...) »

23/01/2004 : "Anti-SPAM: DoubleClick propose 6 règles pour les campagnes en ligne"

« Depuis le 1er janvier 2004, la première loi nationale anti-SPAM, "Can-SPAM Act" est entrée en vigueur aux Etats-Unis. Elle établit des règles de conduite dans les rapports entre les responsables marketing et leurs clients. Cette nouvelle loi a pour principal objectif de protéger les responsables marketing en établissant une réelle distinction entre les responsables marketing des spammeurs. Parmi les actions réprimandées par la nouvelle loi US, les principales sont : La dissimulation d'adresses IP de l'expéditeur, la collecte d'adresses e-mail non opt-in / sans consentement préalable, l'utilisation de moteurs ou autres méthodes pour la génération automatique d'adresses email, l'utilisation d'objets trompeurs, le défaut de communication d'une procédure claire et transparente de désinscription, le défaut de libellé clair dans un mail commercial de son caractère publicitaire, et le défaut de communication sur le caractère pornographique d'un email.
En France, un projet de loi pour la confiance dans l'économie numérique est également en cours de lecture à l'Assemblée Nationale. Les principales dispositions du projet de loi se résument en trois grands points : Le renforcement de la confiance dans le commerce électronique et la lutte contre les publicités indésirables, Le renforcement de la liberté de la communication publique en ligne, et la sécurisation optimale des échanges et l'augmentation des moyens de lutte contre la cybercriminalité. (...) »

22/01/2004 : "Liens promotionnels : avec qui ont signé les portails français"

« Dans un marché encore en formation, trois acteurs se partagent le marché en France : Espotting, Google et Overture. Ce dernier a pris l'ascendant en signant le 18 décembre 2002, puis en le renouvelant en janvier 2004, un accord d'exclusivité avec Wanadoo/Voila, accord qui a été élargi à l'ensemble de la présence européenne du FAI Wanadoo.

Espotting suit derrière mais a vu son réseau se modifier ces derniers mois, perdant quelques grandes références. Le rachat d'Overture par Yahoo est un des facteurs, la volonté de nouer des partenariats avec des sites spécialisés plutôt qu'avec de gros portails en est un autre. Une autre raison est peut-être aussi la fusion en suspend entre Espotting et l'américain FindWhat. Ce dernier a en effet souhaité renégocier les termes du contrat avant de donner son aval à un rapprochement annoncé en juin 2003. Depuis cette décision, prise en octobre 2003, les deux sociétés n'ont toujours pas trouvé de point d'entente et la fusion devient de moins en moins crédible à mesure que le temps passe.

Enfin, Google étend peu à peu son réseau même si celui-ci reste nettement plus restreint que ceux de ses concurrents. Son moteur de recherche lui donne d'ores et déjà un support de poids pour ses liens sponsorisés. A cela, d'autres accords viennent s'ajouter, dont un contrat d'exclusivité signé en janvier 2004 avec Kelkoo pour l'ensemble de ses sites européens. (...) »

20/01/2004 : "Overture et Wanadoo resigned ensemble !"

« Overture et Wanadoo annoncent la signature d'un nouveau contrat européen pluri-annuel et étendent leur coopération aux Pays Bas.

Ce renouvellement du contrat s'inscrit dans la continuité des relations qui lient Overture, leader de la recherche commerciale, et Wanadoo. Les liens sponsorisés Overture sont distribués sur Freeserve au Royaume Uni depuis plusieurs années, sur Wanadoo et Voila en France depuis un an, ainsi qu'en Espagne depuis septembre 2003. Aujourd'hui, l'extension de cet accord porte également sur la fourniture de liens sponsorisés par Overture sur le site de Wanadoo aux Pays-Bas (Wanadoo Netherlands). (...) »

20/01/2004 : "Google mettra-t-il de la pub dans les e-mails ?"

« A la recherche de revenus, Google pourrait étendre son service de publicité contextuelle à partir de mots clés captés sur les emails. (...) »

LES ARCHIVES

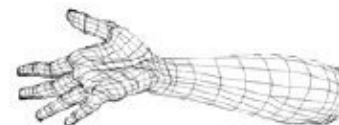
ou il y a un an, l'actualité du moment

25/01/2003 : "7 manières d'optimiser votre investissement dans le paiement-par-clic"

Un long article en anglais sur la manière d'optimiser son ROI (Return Of Investment ou en français, retour sur investissement) par rapport au PPC (pay-per-click ou paiement-par-clic, en français) utilisé au niveau des outils de recherche, entre autre.



Les outils de recherche
francophones



Voici une partie de la liste des outils de recherche (annuaire, moteurs) qui ont été ajoutés sur [Enfin, annuaire français des annuaires et moteurs](#), dernièrement.

[Pour trouver les meilleurs restaurants de Paris !](#)

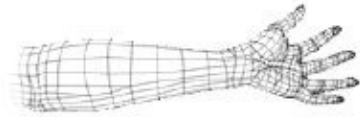
[Le meilleur du web Haut-Savoyard](#)

[L'annuaire de la plongée sous-marine](#)

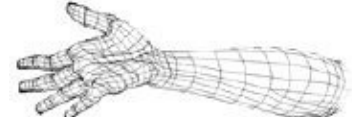
[Annuaire de recherche multi–langue et encyclopédie](#)

[Annuaire des professionnels Microsoft](#)

[Annuaire de sites lesbiens gay bi trans](#)



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 »

© 1999 à 2004 par [IDF.net](#)