

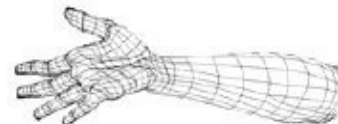
numéro cent-cinq ( #105 )

le mardi 2 mars 2004

- votre publicité lue par 28.000 personnes ! -



Sommaire



- [Sommaire](#)
- [Editorial](#)
- [L'actu à la loupe](#)  
De la Guerre de moteurs, Part.2
- [La page des moteurs](#)  
Une valse Désirée ?
- [Les entreprises et les outils de recherche](#)  
...et la vie des entreprises ?
- [Mesurer la visibilité](#)  
La visibilité d'un site Web ?
- [Le forum, les derniers sujets](#)
- [Les outils de recherche francophones](#)
- [Conclusion](#)

[Le dernier Moteurzine en html](#)

[Le dernier Moteurzine en PDF](#)

[Les archives de Moteurzine](#)

[Le forum Moteurzine](#)

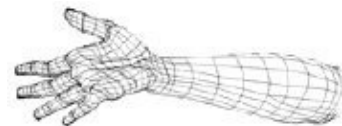
[Le livre du Référencement en PDF](#)

[Ecrire à Moteurzine](#)





Éditorial



## A partir de maintenant....

par Chris Hédé

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



Christophe HEDE

e-mail  
site

A partir de maintenant, MoteurZine change de rythme de parution et devient bimensuel... avec un numéro en début de mois et le second vers le 15 / 16 du même mois. Ce changement de rythme s'explique par un manque de temps mais aussi par la mise en place d'une réflexion autour d'une nouvelle version de MoteurZine. Mais... vous en apprendrez plus en temps voulu.

Il m'arrive très régulièrement de critiquer tous ceux dont je désapprouve l'attitude... cela englobe :

- les pseudo-référenceurs du dimanche comme les grands du référencement qui vivent dans leur bulle avec leurs courtisans,
- les entreprises TPE / PME comme grandes entreprises qui veulent une très grande visibilité, un site dont le développement dépasse une année de travail, beaucoup de clients nouveaux et tout cela pour le prix d'une demi-baguette,
- les internautes qui estiment que Internet est un lieu de non-droit où tout est gratuit ou doit être gratuit.

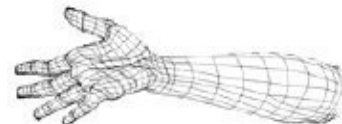
Mais il m'arrive aussi de dire du bien des autres.

Même si beaucoup d'outils de recherche (français comme étrangers implantés en France), même si beaucoup de référenceurs français en sont persuadés, il n'y a pas qu'une seule source d'information en France dans ce milieu. Il y a aussi l'indicateur, promo-web, referencement-fr et au niveau des forums, celui qui est devenu un incontournable wri et un petit nouveau dédié au référencement forum-référencement.

Bonne lecture...



L'actu à la loupe



## De la Guerre de moteurs, Part.2

par ~][~

Thomas BERTRAND - www.lui-mp3.net.



Thomas BERTRAND

### **... ou comment Google ne tomberait pas au combat sur le champ de bataille mais pourrait plutôt s'effondrer sur lui-même.**

Même si l'action reste timide pour l'instant, Yahoo est passé à l'attaque. De son côté, Microsoft prépare son assaut, certain que son arme secrète portera un coup fatal au maître des moteurs. Le monde s'attend donc à ce que Google soit vaincu.

Pourtant, l'histoire ne s'écrit pas aussi simplement.

Google maîtrise parfaitement son terrain. La recherche. Grâce à la large couverture médiatique gratuite dont il bénéficie. On parle de Google partout. Il fidélise les internautes et gagne encore des parts de marché chaque mois. Il séduit les annonceurs avec ses "AdWords" et en profite pour créer une relation de dépendance avec les webmaîtres en distribuant généreusement ses "AdSense".

Et c'est là où le bât blesse.

Google ne chutera pas sous les coups de ses adversaires mais prend un très gros risque en plaçant tous ses oeufs dans ce même panier du coût par clic. Un jour prochain, les états-majors des annonceurs vont faire le bilan du retour sur investissement. Sans le comparer au coût pour mille qui a provoqué la chute catastrophique des moteurs en 2001, on peut penser que le coût par clic marquera le pas dû à la surchauffe de sa surexposition. Oui. Le cpc se retrouvera sur chaque page demain. Et surtout, un nouveau modèle financier pointe son nez et finira certainement par s'imposer, la rétribution à la transformation.

Google ne doit pas craindre ses adversaires mais plutôt réformer son modèle financier, sinon, il pourrait s'effondrer sur lui-même, soyez en certain.

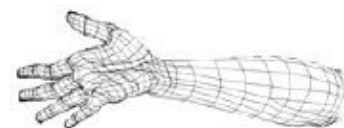
Prochainement :

## **De la Guerre de moteurs, Part.3**

**... ou comment Yahoo pourrait récolter les lauriers de la gloire.**



La page des moteurs



### **Une valse Désirée ?**

par Gilbert Wayenborgh  
Science, Politique, Défis, Aventure, Art, Impossible, Communication,  
Dialogue, Humour, Expertise.



Gilbert  
WAYENBORGH

Après avoir été tenu en haleine mensuellement par des Google danses, l'année 2004 fait entrer dans la danse les moteurs de recherche plus globalement.

Alors une valse Madame Désirée ?

Yahoo viens d'ouvrir le bal en changeant de partenaire pour une danse vers les sommets de l'audience. En effet Yahoo est le premier portail à tirer sur son ex- partenaire de valse Google. Le changement déjà visible sur Yahoo US devrait dans les prochaines semaines se repercuter vers les autres versions nationales de Yahoo en remplaçant Google par Inktomi.

Microsoft commence également a se mettre dans le tempo et se laisse entrainer dans cette danse infernale en commençant à laisser entrevoir son propre moteur de recherche.

Dans ce tourbillon de moteurs de recherche la valse se danse dorénavant à trois. Flute, il faut tout refaire ! Refaire tout une optimisation de sites basée essentiellement sur des acquis googleliens puisqu'Inktomi fonctionne différemment au niveau de l'indexation, et que l'on ne sait pas encore grand chose de la methode d'indexation et d'optimisation de Microsoft.

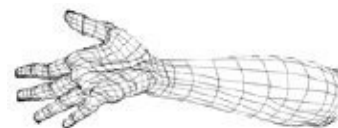
En attendant on observe deci et dela d'importantes baisses de trafic en provenance de Google sur les sites.

Vous aviez tout misé sur Google ? Erreur stratégique ! Même si statistiquement Google mène la danse, pour le moment, il risque fort de ne plus maîtriser celle-ci autant qu'avant, et les sirènes boursières risquent de lui faire perdre le rythme de sa propre valse.

Et quid des danseuses francophones ? Secret défense ! Sans doute que leurs musiques ne pourraient pas avoir le même rythme que la partition du billet vert, mais nous avons bien de la chance d'avoir des auteurs et compositeurs reconnus,... et certains pourraient même écrire une symphonie à trois mains....



Les entreprises et les outils  
de recherche



## ...et la vie des entreprises ?

par Jean-Claude Benard  
Directeur commercial de QuadraMultiMedia et créateur de Slovar –  
Partenaire Officiel de Espotting et Overture.



Jean-Claude  
BENARD

J'ai reçu il y a quelques jours un mail d'un chef d'entreprise qui m'a posé la question suivante

:

Nous sommes abonnés à Moteurzine et lisons vos interventions sur le monde des entreprises et du Web... nous n'avons malheureusement pas le temps de chercher des informations concernant la vie des entreprises.

Connaissez vous des solutions simples et efficaces à nous indiquer ?

Cette question appelle plusieurs constatations et réponses. En effet, l'Internet progresse à pas de géant dans le monde de l'entreprise (systématisation des e-mails) mais les informations semblent être toujours un problème pour le plus grand nombre.

A ce niveau, il faut qualifier les besoins des entreprises et les solutions actuellement disponibles sur le marché.

Nous autres professionnels oublions parfois que les salariés des entreprises n'appartenant pas aux NTIC n'ont pas la possibilité de passer une ou deux heures à surfer.

Pour répondre à mon correspondant, je lui dirai qu'il existe un grand nombre de pistes qualifiées.

**Les outils de recherche classiques :** YAHOO, GOOGLE, TISCALI Nomade ou autres VOILA Wanadoo permettent de trouver un grand nombre de réponses. Le seul problème est le nombre en général impressionnant de réponses (incluant les doublons, les adresses « mortes » et les fausses réponses).

A noter que VOILA propose un service payant de recherches dénommé « Web Chercheurs ».

N'ayant jamais utilisé nous mêmes ce service, nous vous l'indiquons à titre indicatif.

**Les outils de recherche spécialisés :** Dans le cas de l'entreprise, un certain nombre d'outils sont aujourd'hui disponibles tels :

- Service Public
- Legifrance
- Le secrétariat d'état aux PME commerce et artisanat
- i-entreprise
- Assemblée permanent des chambres des métiers

Une autre solution dont QuadraMultimedia est un des acteurs peut être la solution la plus simple : La veille sur Internet.

### **Les veilleurs et les entreprises de veille**

Nouveau en France mais présent depuis plus longtemps aux Etats Unis, ce métier est revendiqué par quelques entreprises ou indépendants. C'est pourquoi bien que plusieurs universités mettent en place des cursus ce métier est exercé en grande partie par des spécialistes sectoriels.

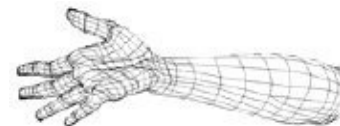
## Que peuvent apporter les veilleurs aux entreprises ?

- Effectuer des recherches sur l'état de leur marché national ou européen.
- Connaître l'état de la réglementation les concernant.
- Suivre l'évolution de leurs concurrents.
- Effectuer des compilations d'adresses spécifiques.

Dans tous ces cas, elles peuvent s'adresser à des veilleurs.



Mesurer la visibilité



## La visibilité d'un site Web ?

par Damien Guigue

Responsable technique chez Aldeis editrice de [Yooda.com](http://Yooda.com) et de [seeUrank](http://seeUrank) (logiciel de suivi de référencement).



Dans le fond, Internet n'est qu'une toile de liens et de contenus (statiques ou dynamiques). Créer de la visibilité pour votre site revient à créer des liens qui permettent d'y accéder. Ces derniers, sur le Web, sont par nature des liens hypertexte.

Il existe différentes sources de visibilité pour un site internet, donc différents moyens, pour un internaute d'arriver jusqu'à votre site. Les catégoriser permet une analyse plus fine. Nous allons donc, dans cette étude, nous intéresser à chacun de ces différents canaux de trafic

### Les outils de recherche

Lorsque l'on parle de visibilité, on pense immédiatement aux outils de recherche. Il est vrai qu'avec 35.27 % (1) du trafic d'un site Web est apporté par les outils de recherche, ce canal de trafic demeure primordial dans une stratégie d'amélioration de la visibilité. D'autant plus que les outils de recherche amènent en grande partie des internautes « nouveaux ». Ce qui est essentiel pour faire croître le trafic de votre site Web.

En outre, le trafic issu des outils de recherche est essentiellement un trafic qualifié, du fait que l'internaute provient d'une recherche sur un ou des mots clés.

### Les portails des fournisseurs d'accès Internet

Première porte d'accès à Internet, les FAI représentent un potentiel de trafic non négligeable dont il faut tenir compte.

Un très bel exemple, le FAI Wanadoo.fr qui génère plus de trafic que AOL et MSN réunis ([Barometre-referencement.com](http://Barometre-referencement.com)).

En effet, pour un certain nombre d'internautes de fraîche date, Internet se résume dans un premier temps au portail de leur fournisseur d'accès. L'outil de recherche qu'ils utilisent est donc celui proposé par le portail. Ce n'est que dans un second temps que l'internaute débutant passe aux outils de recherche.

### **Les liens entrant naturels**

Ces liens, au lieu de pointer à partir d'une page de résultat d'un outil de recherche pointent depuis un autre site web. Il peut s'agir d'un partenariat commercial (affiliation par exemple) ou non commercial, mais aussi d'un simple échange de bons procédés. Le poids du lien dépend de la propre visibilité de la page faisant le lien. Mais aussi de la mise en avant du lien. En effet le webmaster faisant le lien vers votre site peut plus ou moins « vendre » votre site.

A noter que le développement de ce canal de trafic se fait sur du long terme... Un lien acquis est plus stable qu'un positionnement sur les moteurs de recherche. De plus les sites disposant d'une notoriété de site de référence se retrouveront avec de nombreux liens naturels.

### **Le mail**

Le mail est un canal de trafic souvent oublié... Les mailings, parutions dans des newsletter ou E-zine (comme cette chronique dans Moteurzine) sont des excellents vecteurs de visibilité. Le grand avantage de ce canal et la quantification aisée du nombre de visiteurs apportés. En effet les taux de réponses à un mailing sont connus, tout comme le nombre de personne recevant le mail. Attention cependant à ne pas tomber dans l'excès inverse, ça s'appelle du spam...

### **Le lien entrant publicitaire**

Acheter de la publicité sous forme de liens publicitaires ou de bannière a pour seul objectif de vous apporter des visiteurs.

Ce canal de trafic n'est certainement pas le moins cher... mais permet d'augmenter sa visibilité de façon contrôlée. Lors de la sortie d'un nouveau produit par exemple ou à la création d'un nouveau site afin de compenser le référencement naturel alors inexistant.

### **Les forums et les listes de diffusion**

Ce dernier canal est très intéressant mais souvent difficile à contrôler. En effet « poster » un message orientant le visiteur vers votre site peut s'avérer délicat attendu le rejet quasi généralisé de tous messages à caractère « publicitaire ». Ce canal avant d'être maîtrisé demande beaucoup d'apprentissage du fonctionnement de la communauté. De façon générale la publicité générée par votre seule signature peut vite devenir conséquente attendu le nombre de personne lisant ce type de ressource.

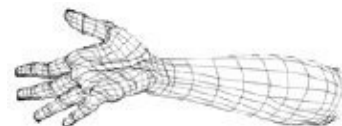
Pour terminer sur le canal de trafic correspondant aux forums et listes de discussions, je dirais que la mise à disposition d'outils ou d'informations non commerciales et gratuites sur ces derniers peut vous permettre, d'une part de renvoyer le lecteur vers votre site, d'autre part de faire de ce lecteur votre ambassadeur...

C'est ici que s'achève cette chronique sur les canaux de trafic. Nous nous retrouvons dans 1 mois pour approfondir notre approche de la visibilité et notamment celle produite par les outils de recherche.

*[1] Source eStat – @position – janvier 2004 basée sur l'analyse de 43498846 visites constatées sur 58356 sites*



Le forum, les derniers  
sujets

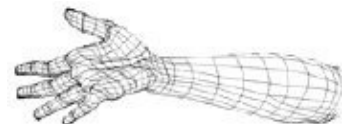


Voici une petite partie des sujets abordés dernièrement sur le forum de MoteurZine. Lisez et participez, ce forum vous est complètement ouvert !

- Les meilleurs rank
- Référencement et redirection
- Barres Alexa et Google



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. Si vous voulez voir votre annuaire ou moteur dans cette rubrique sur MoteurZine, et sur Enfin, pensez à soumettre votre site, c'est gratuit !

Les liens des bordelais

Annuaire de sites bélarussiens

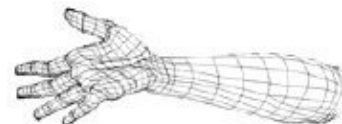
Annuaire de sites francophones gratuits

Annuaire de l'aviation

**– votre publicité lue par 28.000 personnes ! –**



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