



numéro cent-neuf (#109)

le lundi 03 mai 2004

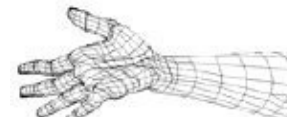
Libéralisation des noms de domaines .fr : Profitez en !!!

> drim.com NOM DE DOMAINE A PRIX EXPLOSIFS !

- votre publicité lue par 30.000 personnes ! -



Sommaire



- [Sommaire](#)
- [Editorial](#)
- [La page des moteurs](#)
Les moteurs avec un grand F comme Francophones
- [Humour et Internet](#)
Internet Grande Vitesse
- [Mesurer la visibilité](#)
Impact réel du PageRank
- [Référencement de A à Z](#)
Qu'est-ce que les liens sponsorisés
- [Conclusion](#)

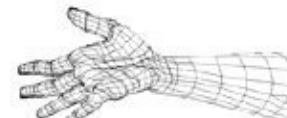
- [Le dernier Moteurzine en html](#)
- [Le dernier Moteurzine en PDF](#)
- [Les archives de Moteurzine](#)
- [Le forum Moteurzine](#)
- [Le livre du Référencement en PDF](#)
- [Ecrire à Moteurzine](#)



[Tout le sport en France](#)



Éditorial



Bientôt les vacances...

par Chris Hédé

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



Christophe HEDE

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

Et oui, nous sommes le 03 mai, et pourtant, une odeur de vacances flotte autour de nous depuis quelques semaines... il faut dire que le climat estival que nous connaissons ces derniers temps n'arrange rien. Résultat, MoteurZine va faire comme vous tous et partir en vacances... non, non... pas comme les années précédentes où MoteurZine a cessé de paraître pendant le mois d'août uniquement, cette fois-ci, nous allons arrêter début juin pour reprendre début septembre... trois longs mois de calme ! :) Le numéro prochain, le 110, sera donc le dernier avant la rentrée en septembre.

Même si chez MoteurZine nous rêvons tous de vacances, ce n'est pas le cas pour tous les acteurs du milieu des outils de recherche francophones. C'est un milieu très créatif et voici **trois** projets qui méritent toute votre attention.

* Ujiko est un moteur de recherche développé par Kartoo avec de nombreuses fonctionnalités innovantes de personnalisation, de mémorisation et de filtrage.

* Bon Annuaire est un guide des outils de recherche francophone et donne ainsi l'occasion d'avoir une meilleure visibilité de ce milieu. Derrière Bon Annuaire se trouve La-Boussole, sûrement le plus vieux annuaire généraliste indépendant français.

* Ascreen est le moyen de donner plus de visibilité à votre site... en effet, avec Ascreen, vous affichez une mini copie écran de votre site qui sera repris par différents outils de recherche... une étape importante dans l'amélioration de la qualité des résultats mis en place par ApocalX.

Et il y en a encore plein d'autres qui méritent que l'on parle d'eux !!!

Actuellement, j'utilise sur Enfin (fr et com) la technologie MnoGoSearch pour le moteur de recherche. Cette technologie montre ses limites et ne supporte pas 5000 pages dans sa base. J'ai donc contacté des acteurs français du monde des moteurs de recherche. J'ai eu soit des réponses mais avec un coût disproportionné par rapport à mes moyens quasi inexistant, soit une ignorance la plus complète. Je trouve cela extraordinaire et triste. Donc, si vous connaissez une technologie de moteur de recherche performante ou si vous en êtes propriétaire et que vous voulez m'aider à l'implanter sur Enfin, je suis partant pour toute proposition... si je ne trouve pas mon bonheur en France, et bien, il semble qu'en Amérique les acteurs savent descendre de leur piédestal et soient donc plus actifs !

Bonne lecture...



La page des moteurs



Les moteurs avec un grand F comme Francophones



Gilbert WAYENBORGH

par Gilbert Wayenborgh

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

e-mail
site

Alors que le monde entier se focalise sur l'entrée en bourse de Google, sur son gmail inquisiteur, sur la futur bataille entre Msn, Google et Yahoo, voici que d'autres acteurs font tout à coup la une du secteur alors que l'on aurait pu croire que personne ne soit aussi "créatif" que les 3 acteurs ci-dessus.

Faux et archi-faux ! Et Cocorico ;)

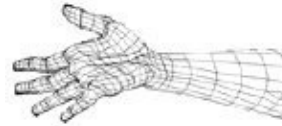
Les français commencent à montrer leurs dents et pourraient bien tirer leur épingle du jeu. La créativité française menée par des acteurs (Kartoo) déjà bien en place mais aussi pour des acteurs plus récents (tel que Deepindex) grâce à une ouverture d'esprit correspondante bien plus au Web que les 3 trusteurs de baromètres sortent tour à tour des projets innovants et ce à plus d'un titre.

Sorti tout droit du laboratoire de Clermont Ferrand, décidément en Auvergne on a des idées et de l'action, www.ujiko.com, prononcez-le à la japonaise avec un petit accent volcanique, Kartoo semble ici avoir développé une technique d'aide à la recherche bien plus performante qu'un pseudo rang de popularité américain.

DeepIndex n'est pas en reste, puisque certains ont déjà pu le voir sur leur site le nouveau robot de DeepIndex (Zetbot) qui est actuellement à l'assaut de quelques 2.000.000 de domaines internationaux, mais qui prépare aussi actuellement sa propre barre d'outil (une de plus qui ne sera pas compatible Linux –désolé Chris–) qui contiendra aussi bien des facilités de recherche sur la base de données de Deepindex, mais aussi d'autres outils de recherche partenaires, que des facilités pour l'utilisateur internet (diverses et surprenantes, avec le désormais classique pop-killer), des facilités aussi pour le classement de sites internet et les études statistiques. Cette dernière barre d'outils existera en diverses configurations gratuites et payantes (pour certains outils dédiés aux professionnels).



Humour et Internet



Internet Grande Vitesse

par Frédéric Lepage

« Le spécialiste de la communication par la BD »

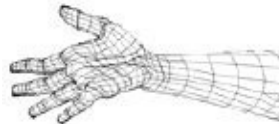


Frédéric LEPAGE

e-mail
site



Mesurer la visibilité



Impact réel du PageRank

par Damien Guigue

Responsable technique d'Aldeis: Edition de solutions de mesure de visibilité YooVi.com, Yooda.com et seeUrank .



Damien GUIGUE

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

L'objectif de cet article est d'apporter un éclairage sur l'impact réel du PageRank sur le positionnement. En effet, pour de nombreux webmasters, le PageRank est la clé d'un référencement efficace sur Google. Cependant cette analyse couramment répandue ne s'appuie sur aucune donnée statistique, tout juste une analyse "empirique" basée sur une observation quotidienne du positionnement de leur site et de ceux de leurs concurrents dans les pages de résultats Google. Vous pouvez retrouver l'[article complet ainsi que la méthodologie](#) sur Yooda.com.

I) Analyse des résultats

Nous avons comparé la répartition des PageRank par page de résultat sur Google. Cela nous a permis **d'observer que la moyenne des PR (PageRank) de la page 1 est plus importante que la page 2 et les suivantes**. A noter que pour élaborer cette moyenne, nous avons volontairement enlevé les PR 0. En effet un PR 0 peut signifier que le PR n'a pas encore été déterminé par Google.

Analyser uniquement la moyenne n'est pas suffisant pour déterminer le réel impact du PageRank ! Nous avons donc analysé pour chaque page de résultat la répartition des PageRank (Graphique). Cela nous a permis d'observer que sur la page 1, le pourcentage de PageRank supérieur à 4 est plus important de 9% à la page 2. Mais 9% de différence est-ce significatif statistiquement pour dire que le PageRank a une importance sur le positionnement ?

Afin de déterminer si les distributions des PageRank par page de résultat Google sont différentes nous avons utilisé le test du Khi 2. N'hésitez pas à consulter [la page récapitulative des calculs](#) pour avoir le détail.

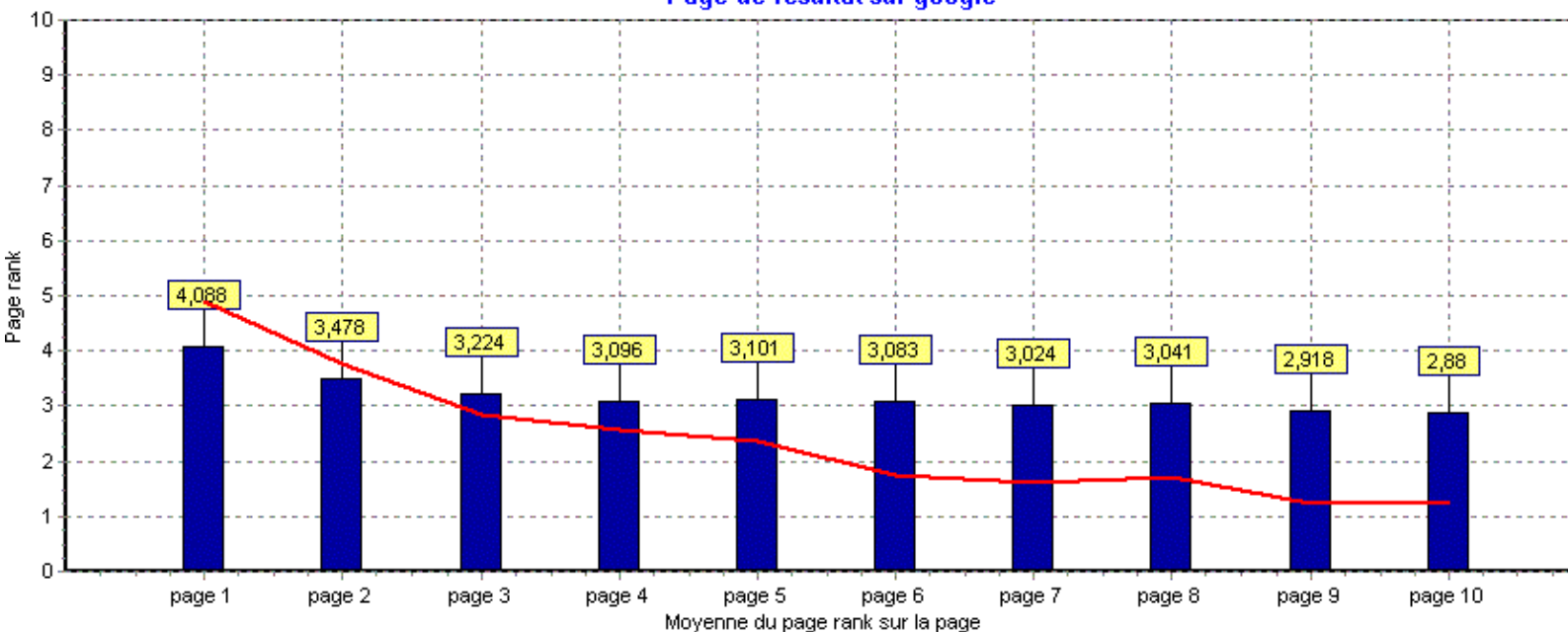
Ce test nous montre qu'il existe une légère différence dans la distribution des PageRank entre la page 1 et la page 2. Par contre aucune variation statistique n'a été relevée entre la page 2 et la page 3 ou tout autre combinaison (3 et 4, 4 et 5, 2 à 7).

Le PageRank a donc bien un léger impact sur le positionnement dans Google, du moins sur la première page.

II) Eléments de comparaison

Lors de l'extraction des positionnements avec [SeeUrank](#) nous avons également récupéré le titre des pages renvoyés par Google. Nous pouvons ainsi calculer pour chaque page de résultat la concordance entre les mots clés de la requête et le titre. Par exemple sur une requête de 3 mots clés, si 2 mots se trouvent dans le titre nous avons une concordance de 66%. La courbe rouge ci-dessous montre la moyenne des concordances pour chaque page de résultats. L'histogramme bleu représente quant à lui la moyenne du PageRank pour chaque page....

Page de résultat sur google



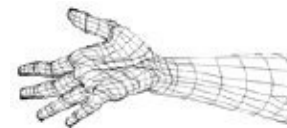
Première constatation : le taux de concordance est de 75% pour le titre en première page ! Ensuite il chute à 64% en troisième page. Le PageRank quant à lui possède une répartition globalement très stable sur les 10 pages. **Ce graphique ne laisse guère de doute quand aux critères importants pour un bon positionnement?. Le contenu de la page !**

III) Conclusion

Le PageRank est un des facteurs qui contribue au succès de Google auprès des webmasters. Cependant cette analyse globale montre que le PageRank a une influence directe minime sur le positionnement. Certes une influence existe en première page. Nous avons vu que les PR supérieur ou égaux à 5 sur la première page sont légèrement favorisés (9% de plus que pour la page 2). **Cependant le facteur PageRank mis en concurrence avec un facteur tel le titre de la page ne pèse pas lourd.** L'internaute recherche des pages de résultats correspondant à des mots clés. Le contenu de la page (Titre, texte, etc..) est donc logiquement plus à même de donner des indications de concordance grâce à son contenu que le PageRank qui n'est qu'un indice de notoriété.



Référencement de A à Z



Qu'est-ce que les liens sponsorisés

par Marie Pourreyron

Consultante indépendante en référencement et promotion de site internet et gérante d'Altitude Référencement.



Marie POURREYRON

e-mail
[site](#)

Vous avez un site évènementiel? Vous avez des impératifs de visibilité immédiate sur Internet? Vous êtes dans un secteur si concurrentiel que vous ne parvenez pas à vous faire une place dans le haut des positions des outils de recherche? Vous ne souhaitez payer que pour les internautes cliquant sur votre annonce? Dans ce cas, pourquoi ne pas opter pour une campagne de liens sponsorisés, simple, efficace et rapide à mettre en place, complément idéal d'un référencement "naturel"?

Les principaux acteurs du marché en Europe sont Overture, Google Adwords et Espotting. Certains moteurs comme Mirago ont une offre interne équivalente. Chaque régie possède son réseau où sont affichés les liens sponsorisés.

Comment ça se passe concrètement?

Il y a donc 3 acteurs en jeu : l'annonceur (nous qui souhaitons diffuser des annonces), le prestataire (la régie choisie), et l'outil de recherche qui diffusera les annonces.

Dans un premier temps, l'annonceur va choisir les mots clefs sur lesquels il souhaite voir son site apparaître, ces mots clefs sont donc en rapport avec le contenu de son site internet. Il se rend sur le site du prestataire et va soumettre ses mots clefs. Selon le prestataire, il peut voir en direct le montant actuel des enchères sur ses mots clefs et voir une liste de mots clefs connexes.

Il va ensuite rédiger les titres et descriptions souhaitées et choisir l'url qui s'affichera. On peut décider d'avoir une annonce par mot clef ou une unique. Selon les prestataires, une équipe éditoriale peut contacter l'annonceur pour éventuellement l'aider à mieux rédiger ses annonces et les rendre plus attractives.

Ensuite il faut choisir un prix plafond, prix jusqu'où l'annonceur est prêt à payer pour apparaître en tête des résultats. Le prix minimum est fixé par chaque prestataire. La campagne est acceptée (ou refusée) par l'équipe. Si elle est acceptée, elle devient disponible en ligne.

Chaque fois qu'un internaute clique sur une annonce, l'annonceur paye le montant de l'enchère en cours au prestataire : c'est ce qu'on appelle le CPC (coût par clic) L'annonceur qui a l'enchère la plus importante est toujours placé en tête de listing. Chaque prestataire propose un accès client permettant de suivre le montant dépensé par l'annonceur, les mots clefs les plus cliqués, etc.

Quels sont les avantages des liens sponsorisés?

- Le positionnement est garanti puisqu'on paye pour cela. On est donc visible sur les mots clefs qu'on a choisis.
- On ne paye que pour le trafic généré
- La rapidité de la visibilité qui est quasi instantanée.
- On obtient une grande visibilité et on augmente ainsi notre notoriété car même si l'internaute ne clique pas sur l'annonce il y est exposé, les outils de recherche mettant en avant les résultats issus des liens promotionnels.

Quels sont les inconvénients des liens sponsorisés?

- Tant que l'annonceur paye il reste visible. Le jour où il cesse la campagne, il n'apparaît plus dans les résultats.
- Sur une longue durée, les liens sponsorisés peuvent coûter cher.
- Dans certains secteurs les mots clefs sont chers, il est donc très important de très bien cibler sa campagne pour éviter les clics inutiles (qui seront facturés au même titre que les autres)
- L'internaute est parfois méfiant face aux liens sponsorisés et doute parfois de l'intérêt des sites qui les utilisent.

Ainsi les campagnes de liens sponsorisés sont le complément idéal d'un référencement naturel qui lui se fait dans la durée.

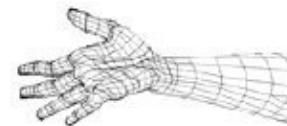
Libéralisation des noms de domaines .fr : Profitez en !!!

> drim.com NOM DE DOMAINE A PRIX EXPLOSIFS !

– vosre publicité lue par 30.000 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 »