



* Sommaire * Editorial * les informations
 * Les outils de recherche francophones * Conclusion

Moteurzine

Le bulletin francophone des spécialistes des outils de recherche

...ed from url=(0028) http://www...
 -> HTML
 <META http-equiv=Content-type content="text/html, charset=windows-1252">

numéro cent-dix (#110)

le lundi 17 mai 2004

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

> drim.com NOM DE DOMAINE A PRIX EXPLOSIFS !

– votre publicité lue par 35.000 personnes ! –



Sommaire



- [Sommaire](#)
- [Editorial](#)
- [Le monde selon Google](#)
Les nouvelles fonctionnalités
- [Les entreprises et les outils de recherche](#)
Faire jouer la concurrence...

Le dernier Moteurzine en html

Le dernier Moteurzine en PDF

Les archives de Moteurzine

- Optimisation et indexation commerciale
Les dédales du lancement d'un nouveau site Web ou... comment évaluer le stock génétique d'un site rentable?
- Conclusion

Le forum Moteurzine

Le livre du
Référencement en PDF

Ecrire à Moteurzine



Tout le sport en France

OUPORTAUTU

Faites entrer un Dieu Egyptien dans Google et gagnez des lots !

CONCOURS DE REFERENCEMENT
défiez le Dieu Chacal sur Google !

NOMBREUX LOTS
Site, hébergement, référencement,
nom de domaine, mesure d'audience,
design, contenu...

[HTTP://CONCOURS.FORUM-REFERENCEMENT.NET](http://CONCOURS.FORUM-REFERENCEMENT.NET)



Éditorial



De bonnes vacances à tous...

par Chris Hédé

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



Christophe HEDE

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

Vous avez, aujourd'hui, devant vous le dernier numéro de MoteurZine. Et oui, MoteurZine s'arrête pour 3 mois. Certains éditeurs nous ont même précédé et bronzent déjà sur les quais parisiens, au soleil !

Depuis peu, les noms de domaines en France sont beaucoup plus faciles à acquérir pour les sociétés. Si vous êtes une société, si vous avez toujours hésité à acheter votre domaine avec l'extension française, et bien, c'est maintenant qu'il vous faut vous décider !

Suite au succès indéniable du concours de positionnement organisé par Promo-Web, plein de nouveaux concours ont fleuri sur le net francophone... plus ou moins sérieux. Un de ces concours se démarquent par rapport aux autres par la qualité de sa présentation, par la présence de partenaires sérieux, par la présence de prix, c'est celui organisé par le forum du référencement.

Je suis un grand collectionneur... je collectionne (enfin, je collectionnais) les timbres, je collectionne les bouteilles de Vodka, je collectionne les expériences, je collectionne aussi les impairs et surtout, je collectionne les... (non, non... pas les femmes, j'en ai une qui ne me le permet pas)... outils gratuits sur Internet.

En effet, à côté de nombreux outils de recherche thématiques, à côté d'Enfin et de MoteurZine, j'ai un outil de référencement gratuit non automatisé. Et bien, je vous déconseille de vous lancer dans ce genre de projet car... cela prend du temps, cela prend encore du temps, cela ne rapporte rien financièrement parlant et surtout, régulièrement, je me fait allumer. Et c'est souvent un rien comme l'absence ou le mauvais positionnement, comme la non correction d'une URL mal saisie, etc. Je ne sais plus qui disait que rendre service était toujours bien récompensé et bien, il y a des jours, j'ai des doutes gros comme une montagne !

Bonne lecture et surtout, bonnes vacances.



Le monde selon Google



Les nouvelles fonctionnalités

par Olivier Duffez

Editeur de WebRankInfo, il propose aux professionnels des prestations de conseil et référencement sur WebRankExpert.

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

Google nous a souvent habitués à sortir régulièrement de nouvelles fonctionnalités, que ce soit pour son moteur ou pour le reste, mais depuis quelques mois cela ne s'arrête pas !

Remontons quelques semaines en arrière

Voici les principales nouveautés de Google depuis le mois d'avril :

- sortie des Google Groups 2 : outre les newsgroups (Google Groups), Google permet maintenant à chacun de créer gratuitement un groupe de discussion. Une grosse concurrence aux Yahoo! Groups...
- ouverture d'un weblog Google : tenu par Google, il est censé nous donner des informations sur Google, vu de l'intérieur.
- nouvelle version de Blogger : enfin une mise à jour importante sur cet outil racheté l'année dernière par Google. Après le moteur de recherche de documents web, le webmail, et le service de weblogs Blogger, Google va-t-il lancer un moteur de recherche dédié aux weblogs ?
- Google dépose un dossier d'introduction en bourse : peut-être le début d'un grand changement ? Les mois à venir seront décidément passionnants...
- Google Images cherche aussi dans l'actualité : des images tirées de l'actualité peuvent apparaître au cours d'une recherche d'images (avec un lien direct vers l'article)
- Google indexe le Flash : jusqu'alors Google se limitait à extraire les liens dans les animations Flash, il est maintenant capable d'indexer du contenu textuel
- Google lance Gmail : d'abord considéré comme un poisson d'avril, ce lancement d'un webmail a fait couler beaucoup d'encre (virtuelle surtout). L'avenir dira si Google doit revoir le modèle économique de son webmail (financé par la publicité AdSense) mais toujours est-il que Google s'est encore une fois offert un grand coup de publicité médiatique mondiale...

Si tout cela vous dépasse un peu, et que vous souhaitez acquérir de solides bases en référencement notamment sur Google, profitez du prochain séminaire ImiTiki le 10 juin à Paris, il est consacré au référencement sur Google...

Et Yahoo! dans tout ça ?

De son côté son grand rival Yahoo! fait également de gros efforts en sortant également de nouvelles fonctionnalités. Il a également récemment augmenté la capacité de son webmail à 100 Mo, réaction logique à l'annonce de Gmail, le webmail de Google qui propose 1 Go à chaque utilisateur.

Cependant, au vu des scores publiés sur les baromètres des moteurs, cela n'a pas encore suffi à convaincre les internautes à changer leurs habitudes et à lâcher Google... au contraire !



Les entreprises et les outils de
recherche



Faire jouer la concurrence...

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



Jean-Claude
BENARD

e-mail
site

On nous l'a assuré : La concurrence profite toujours au consommateur puisque celui-ci peut justement « faire jouer la concurrence ».

Réellement appliquée, il est vrai que cela fonctionne. Néanmoins, lorsque nous nous penchons sur le cas des outils de recherche, il nous semble que tout cela est un peu dérisoire.

Comme beaucoup de secteurs d'activité, les grands outils de recherche après s'être livré une guerre basée sur le tout gratuit ont commencé à se racheter et à créer des groupes ultra puissant et surtout incontournables.

C'est vrai que les internautes ont un exigence de gratuité qui convient mal à des entreprises qui ont du se contenter de la publicité que la majorité de ceux ci a finit par ne plus regarder.

Alors a quoi va se résumer le paysage des indispensables outils de recherche à court terme ?

GOOGLE qui devra bien un jour abandonner le modèle de soumission gratuite (cotation en bourse oblige) et qui est au prise avec une série impressionnante de procès pour ses ADWORDS.

YAHOO : En clair YAHOO, Overture, AltaVista et All The Web

MSN : comptons sur MICROSOFT pour trouver une parade à "l'envahissant GOOGLE" et nous apporter une solution maison ou bénéficier de son important cash flow pour mettre la main sur quelques concurrents en perdition

Il est malheureusement trop tôt pour se prononcer sur l'efficacité future du nouveau couple ESPOTTING &FINWHAT.

Est-il encore temps de « sauver » par des recherches de produits ou de thèmes : VOILA, LYCOS, TISCALI NOMADE et autres outils qui même s'ils ont un peu abdiqué ces derniers temps restent des alternatives au monopole qui est en train de se mettre en place ?

Il est normal dans une économie libérale de voir mourir et naître de nouvelles entreprises mais pour les outils de recherche, les décès ont pris le dessus !!

Plus personne aujourd'hui n'ignore comment les media audiovisuels américains peuvent occulter au magnifier un événement et faire disparaître du paysage tout ce qui porte atteinte aux intérêts de tel groupe financier ou d'intérêt.

Nous sommes au coeur de ces « jeux de guerre ».

**Qu'arrivera t il aux opérateurs du référencement si le nombre d'outils se restreint à ce point ?
Notre métier se limitera t il à passer commande d'espace publicitaires ?**

Comment pourrons nous aider des PME et TPE à figurer alors que les montants promotionnels deviendront de plus en plus élevés ?

Qu'en sera t il de la crédibilité des réponses présentées aux internautes lorsque deux ou trois outils majeurs orienteront celle ci au gré des budgets nationaux ou multi-nationaux ?

Est ce le Web que nous souhaitons ?

En tout cas, j'espère que professionnels et internautes feront preuve de curiosité et continueront à soutenir la diversité et à découvrir en plus grand nombre les outils de recherche alternatifs.

Pour une fois, nous pouvons décider de l'avenir du plus fantastique mode de communication et d'information que l'homme ai inventé. C'est à vous de voir !!



Optimisation et indexation
commerciale



Les dédales du lancement d'un nouveau site Web ou... comment évaluer le stock génétique d'un site rentable?



Pierre FRIGON

par Pierre Frigon

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

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

La majorité des entreprises d'aujourd'hui possèdent leur site Web, et leur efficacité à brasser de bonnes affaires a été commentée dans mes autres chroniques. Maintenant, ce sont les nouvelles entreprises qui produisent les nouveaux sites, et la pente à gravir pour arriver à leur zénith est abrupte, vu la congestion du Web. Puisqu'il n'y a qu'UNE première page de dix positions pour chaque mot-clé recherché dans chacun des outils de recherche, se positionner dans cette première page, ou les deux suivantes, n'est pas une mince affaire!

Le Web dicte ses critères d'évaluation de ce qu'un site doit être. À tort ou à raison, les instruments

automatisés de communication que sont les robots indexeurs et les outils de recherche exigent que les sites Internet parlent leur langage et se soumettent à la réalité de leur culture virtuelle.

L'infinie patience du parentage

Quand l'on se donne la peine de lire les directives de lancement de sites Web dans des sites ou des forums de discussion, parce que la naissance d'un site Web n'est pas un accident de parcours, il est toujours mentionné d'avoir l'infinie patience de permettre au "nouveau né" de faire ses premiers pas, puis ses classes, avant d'arriver à jouer dans la cour des grands... Le zénith des premières positions n'est souvent accessible que dans de nombreux mois, si tout a été fait à la perfection dès le départ...!

Ce qui est souligné par ces remarques est qu'un site Web doit posséder plusieurs atouts différents pour se mériter la compétence requise pour satisfaire les Internauts, quand ce sont les outils de recherche qui prennent en main l'évaluation des contenus des sites Web, et qu'un site doit aussi être porteur d'autorité dans la matière qu'il traite aux yeux "aveugles" des outils de recherche. Plusieurs de ces atouts sont internes aux sites, d'autres leurs sont externes. C'est l'éternel débat du bagage génétique versus l'influence du conditionnement culturel...

Viser la maturité du succès

Pour les lecteurs qui ne sauraient pas ce que sont les mécanismes "aveugles" d'évaluation de sites Web, je recommande la lecture de chroniques déjà parues. Bref, ici je fais référence aux nombreux algorithmes qui calculent ce qu'un site peut apporter de plus ou de différent aux dizaines ou aux millions d'autres sites qui traitent d'un même sujet. Ce sont les très nombreux facteurs de fortes différenciations qui permettront à un site de percer l'écorce terrestre virtuelle pour se faire sa place au soleil et viser la maturité du succès.

Afin de raccourcir cette longue attente, quelques fois infinie si le site n'est pas directement créé pour les outils de recherche, les nouvelles entreprises doivent reconnaître l'importance capitale d'optimiser leurs contenus. La plupart du temps, même ce désir de conformité à la première loi du succès Internet ne vient qu'après la mise en ligne du site Web sous une forme de programmation HTML ou dynamique et de graphisme inapte à répondre aux critères de popularité des outils de recherche... La greffe de l'optimisation des contenus commerciaux rentables sera l'équivalent à la réparation d'une valve cardiaque défectueuse chez le nouveau-né :-)

Pages personnelles ou sites corporatifs?

Dans ce Nouveau Monde virtuel, l'on fait souvent que ce que l'on sait faire sans chercher plus loin et encore beaucoup d'entreprises élaborent leurs sites corporatifs comme des pages personnelles d'antan. À défaut d'être responsabilisés par des clients qui connaissent leurs objectifs commerciaux et les méthodes d'affaires Web pour les obtenir, encore beaucoup de producteurs de sites Web créent des sites parfaitement "Search Engine UNfriendly" ... et leurs clients n'y voient que du feu.

C'est simple. Si un site n'est pas construit selon les lignes directrices des outils de recherche, il ne sera pas ramené dans de bonnes positions. C'est une vérité de Lapalisse.

Au-delà des aspects de création de sites Web "Search Engine Friendly", d'autres critères de compétences sont nécessaires à un site Web pour être reconnu valable à ramener en bonnes positions dans les outils de recherche. Un de ces critères externes est de posséder plusieurs liens pointant vers son site à partir d'autres sites qui, eux aussi, doivent rencontrer des critères rigoureux de

compétences. Inscire son lien n'importe où n'est pas conducteur de succès, en fait, c'est bien le contraire qui se produit, cela procure un important facteur de dilution des atouts qu'un site pourrait posséder. Rien n'est facile sur le Web et naviguer dans ce dédale de lois technologiques sans en maîtriser les compétences formelles revient à se défendre d'une accusation criminelle sans avocat... – impensable et déjà doublement coupable!

Les années–lumière du Web

D'autres facteurs externes de compétences et de maturité calculés par les robots indexeurs sont le nombre de visites générées par ces liens placés dans d'autres sites, quand ils sont valables. Somme toute, c'est le territoire pleinement occupé par un site en fonction de son utilisation par une communauté d'intérêts qui détermine, aussi, l'importance d'un site en fonction des mots–clés qu'il exploite. Quand l'on sait que beaucoup d'autres sites Web compétitifs au nôtre sont là depuis des mois, voire des années... il sera nécessaire de s'accaparer une à une les parts de marché ou de territoire avant d'être pris au sérieux...

C'est ce qui est toujours communiqué dans les échanges traitant du sujet de la popularité de nouveaux sites Internet. C'est la réalité d'une insertion comme nouveau joueur dans un espace si vaste que c'est l'infinie indifférence du vide qui accueille d'abord les nouveaux arrivants. S'ils sont nés forts, ils courent la chance de se rapprocher du centre de la galaxie qu'occupe chacun de leurs mots–clés... et là, ils y trouveront les chercheurs partis à la découverte de sites Web compétents, aptes à satisfaire tous leurs critères d'intérêts, d'information et d'achats.

Personne ne parcourt le vide sidéral à la recherche d'une perle rare, quand l'on sait que les robots indexeurs font à notre place le travail acharné de discerner, pour mieux distinguer, les sites Web ayant fait leurs devoirs et ayant eu des années–lumière d'avance pour faire reconnaître leurs compétences. Même Mozart a pris quatre ans pour préparer la sortie de son génie, alors que de nombreux autres, toujours parmi les meilleurs, ont dû attendre quelques décennies!

Mythes et réalité de la rentabilité Web

Bref, la venue en bonnes positions d'un nouveau site Web non optimisé relève du folklore et du mythe des origines du Web. Dans le meilleur des scénarios l'on parlera de près d'une année d'existence, ou plus, avant de posséder quelques atouts de visites suffisamment nombreuses, obtenues à coûts souvent élevés, et de liens valables vers soi.

Dans le cas d'optimisations des contenus ajoutées à des sites créés par des producteurs Web non conformes aux outils de recherche, cela se fera généralement dans les six premiers mois, selon la forte densité de la compétition d'une niche de marché et du budget de réparation consenti.

Dans le cas de sites Internet planifiés et construits pour être compétents dès leur arrivée sur le Web, les premières positions seront souvent obtenues dès le premier mois... À titre d'exemple, le nouveau site d'un client, qui ne possède ses contenus optimisés que depuis 32 jours, se voit attribué respectivement 22, 24 et 22 positions dans les trois premières pages de son marché... et c'est Google qui le positionne le mieux avec ses meilleurs mots clés... Pas mal pour un mois... La première phase d'optimisation a décollé en pole position!

Conclusion

Il revient à l'écurie de Formule 1 de bien choisir son bolide, ses mécanos et son pilote.

Tout le reste en découle.

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

> drim.com NOM DE DOMAINE A PRIX EXPLOSIFS !

– votre publicité lue par 35.000 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

MoteurZine vous souhaite de bonnes vacances !

Design par Triographix.biz