

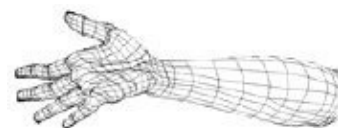


numéro quatre-vingt-huit (#88)

le vendredi 12 septembre 2003



Sommaire



- [Sommaire](#)
- [Editorial](#)
- [Le monde selon Google](#)
La calculatrice de Google
- [Les entreprises et les outils de recherche](#)
La stratégie Web dans le secteur mutualiste – 4
- [Humour et Internet](#)
Chat abandonné !
- [Référencement de A à Z](#)
L'hébergement
- [Optimisation et indexation commerciale](#)
Optimiser ou disparaître
- [Enfin, les informations](#)
- [Les outils de recherche francophones](#)
- [Conclusion](#)

[Le dernier Moteurzine en html](#)

[Le dernier Moteurzine en PDF](#)

[Les archives de Moteurzine](#)

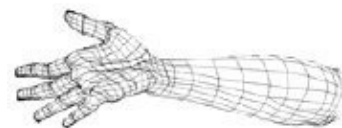
[Ecrire à Moteurzine](#)



[Hebergement professionnel sur Frontier](#)



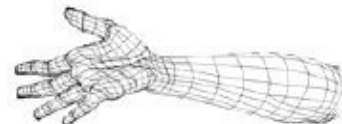
Espace publicitaire



– votre publicité lue par 25.000 personnes ! –



Éditorial



Une vision différente des choses...

Bonjour à toutes et à tous,

Avant tout, je vous encourage à visiter les sites des sociétés qui font de la publicité sur MoteurZine. Cela ne vous prend que quelques minutes. Merci.

Pour ce second numéro de la rentrée, nous pouvons saluer le retour d'Olivier et de Jean-Claude avec leur chronique sur Google et les entreprises. Je tiens aussi à souhaiter la bienvenue à Pierre qui à travers ses chroniques va nous faire partager ses différentes expériences autour du monde des outils de recherche et surtout va nous transmettre une vision plus "américaine" et plus particulièrement canadienne de ce milieu. N'hésitez pas et allez visiter le site de Pierre, l'Agence Hyperclics Marketing.

Aujourd'hui, je me relance un peu dans la politique mondiale en citant quelques extraits d'un article du quotidien le Matin. Cet article parle d'un vieux monsieur, un suédois à la retraite, Hans Blix.

« L'Irak pourrait avoir dit la vérité quand il avait affirmé au Conseil de sécurité de l'Onu en décembre dernier qu'il ne possédait plus d'armes chimiques, biologiques ou nucléaires, a déclaré lundi soir l'ancien chef des inspecteurs en désarmement de l'Onu, Hans Blix.

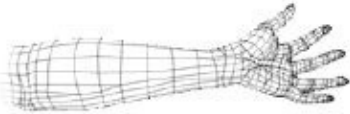
La déclaration irakienne, un dossier de près de 12.000 pages remis par le gouvernement du président Saddam Hussein le 7 décembre, avait été rejetée comme fausse et incomplète par les Etats-Unis et la Grande-Bretagne, qui accusaient Bagdad de n'avoir pas désarmé comme l'y obligeait la résolution 1441 du Conseil de sécurité.

Washington et Londres avaient ensuite repris ces arguments pour justifier l'invasion du pays en mars. (...) »

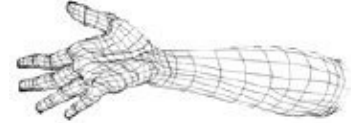
Franchement, je suis très curieux et j'aimerais bien savoir comment l'histoire va juger cette invasion ou libération. La France et l'Allemagne ont connu leur période des ténèbres avec Bonaparte et Hitler, est-ce que le XXIème siècle va être le siècle des Etats-Unis ?!

Bonne lecture...

par CHRIS HÉDÉ



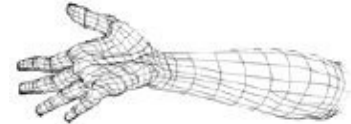
Rechercher sur Enfin



Enfin



Le monde selon Google



La calculatrice de Google

Tout d'abord, souhaitons un bon anniversaire à Google, qui vient de souffler sa cinquième bougie le 7 septembre dernier... La vivacité du secteur de la recherche d'informations incite les acteurs majeurs à ne pas s'endormir sur leurs lauriers. Google ne déroge pas à la règle, et parmi les dernières nouveautés, nous avons choisi de nous intéresser à la toute nouvelle calculatrice. Certes, l'idée n'est pas nouvelle (d'autres moteurs proposent également une calculatrice), mais cela faisait quelques temps que les nouveautés n'avaient pas concerné directement les utilisateurs, et non les publicitaires (cf. actualité AdSense).

Comme à son habitude, Google donne très peu de renseignements sur sa calculatrice (cela fait partie de leur politique de communication, qui au demeurant fonctionne très bien depuis le début...). On trouve néanmoins une petite rubrique décrivant les options de calcul et de conversion. Le principe est très simple : au lieu de taper des mots-clés pour faire une recherche, vous tapez une expression mathématique et au lieu d'afficher des liens vers des pages web, Google vous donne le résultat. Essayez par exemple $(22 * 5) / 3$.

Ce qui est assez intéressant est que Google est allé plus loin qu'une simple calculatrice. Son outil réalise aussi des conversions d'unités, et sait interpréter des mots ou des symboles. Voici quelques exemples :

- fonctions mathématiques : cos(35), log(24.8) ou 5! (factorielle 5)
- constantes : pi ou h (la constante de Planck)
- expressions mathématiques : "twenty two times five" (soit $22*5$, dont la réponse est fournie également sous forme littérale), ou "square root of 125"
- conversions de systèmes de numérotation : 255 in hexadecimal ou 255 in binary
- conversions d'unités : 130 kilometers per hour in miles per second
- expressions mêlant des unités : speed of light in kilometers per second (vitesse de la lumière en kilomètres par seconde), number of inches in 2 meters (nombre de pouces dans 2 mètres), radius of Earth (rayon de la Terre)
- utilisation d'autres représentations comme par exemple les chiffres romains : MMIII + CXV ($2003 + 115$)

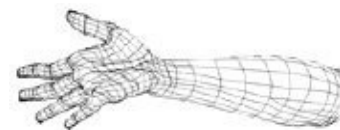
Si jamais vous vouliez chercher des pages contenant ces termes, plutôt que de faire un calcul, Google vous le propose par un lien à côté du résultat.

La calculatrice n'est disponible (pour l'instant ?) qu'en langue anglaise, mais utilisable quand même sur Google.fr.

par Olivier DUFFEZ de WebRankInfo



Les entreprises et les outils
de recherche



La stratégie Web dans le secteur mutualiste – 4



Les Ménages Prévoyants

La santé partagée

Dans notre rubrique « les entreprises et les outils de recherche », nous avons évoqué au cours de nos trois dernières chroniques une entreprise du monde mutualiste : La Mutuelle Les Ménages Prévoyants.

Pour ceux qui n'auraient pas pu suivre cette saga nous allons remémorer le profil de cette entreprise et son parcours vers le Web.

Fondée à Versailles en 1854, La Mutuelle Les Ménages Prévoyants fait partie de ce qu'on appelait alors une « société de secours mutuel »

Qu'apportaient ces sociétés ?

Soins gratuits du médecin de la société, à moins que le sociétaire ne préfère recevoir à ses frais ceux de son médecin.

Médicaments payés par la société, mais délivrés par le pharmacien au moyen d'une ordonnance du médecin choisi par les sociétaires.

Pension de retraite fixée à cent francs, chiffre le plus bas qu'elle puisse atteindre d'après les probabilités, ?

Extraits de l'acte fondateur de la société de secours mutuelle « Les Ménages Prévoyants »

Ne trouvez vous pas, près de 150 ans après que l'on reparle beaucoup de ces sujets ?

La Mutuelle Les Ménages Prévoyants a décidé de mettre en ligne un site Web en 2002 et d'y associer une politique de Webmastering particulièrement audacieuse.

Pour clore cette saga, nous sommes allé interviewer Richard HASSELMAN Directeur général de La Mutuelle Les Ménages Prévoyants.

MZ : Vous allez fêter en 2004 les 150 ans de la création de La Mutuelle Les Ménages Prévoyants. Diriez-vous que l'esprit mutualiste est toujours d'actualité ?

D'une manière générale pour le mouvement mutualiste et tout particulièrement pour La Mutuelle Les Ménages Prévoyants je dirai : « Plus que jamais ».

A l'heure ou la communauté nationale s'émeut et pousse de hauts cris face aux drames qui ont frappé nos anciens au mois d'août, l'esprit mutualiste basé sur la solidarité d'écoute et le développement de services de proximité doit être un exemple.

Nous avons pu constater que l'effet de taille qui a saisi les plus grands groupes du monde de l'assurance les éloigne un peu plus chaque jour des leurs assurés ou adhérents. Ces fusions acquisitions ou diversifications vont à l'encontre de l'esprit mutualiste qui est avant tout ce que j'appelle : « une entreprise de sens »

MZ : Considérez-vous aujourd'hui que l'apport du Web est important dans la stratégie de La Mutuelle Les Ménages Prévoyants ?

Cette question me permet de mettre en évidence des faits anecdotiques et importants. Notre mutuelle qui figure parmi les plus anciennes de France et compte en ses rangs 27 centaines, en accédant au Web prouve que l'on peut marier harmonieusement la légitimité et la tradition aux acquis de la modernité.

Pour l'anecdote, bon nombre de nos adhérents de plus de 60 ans communique désormais avec nous au travers du Web.

MZ : Le référencement a-t-il augmenté considérablement le nombre de visiteurs sur le site ?

Dès que nous avons pris la décision de créer et mettre en ligne notre site Web, nos agences de communication et de Web marketing avaient programmé cette présence sur les outils de recherche.

Nos statistiques de suivi nous montrent néanmoins que l'impact du référencement n'est pas neutre. Nous avons tout particulièrement apprécié l'apport des liens sponsorisés de OVERTURE et ESPOTTING bien qu'un suivi scrupuleux des mots clés soit indispensable.

MZ : Vous évoquez OVERTURE et ESPOTTING. Quel est votre jugement sur la qualité de leur prestation et du service offert ?

Nous avons pu constater que dans cette industrie les regroupements ou fusions acquisitions allaient remodeler le paysage. Nous espérons ne pas subir de redondances dans les mois à venir.

Nous avons commencé avec ESPOTTING à qui nous sommes restés fidèles et nous nous sommes positionné sur OVERTURE peu après leur arrivée sur le marché en raison de la variété et la qualité de leurs affiliés.

MZ : L'arrivée de prospects venus du Web a-t-elle changé les habitudes commerciales de La Mutuelle Les Ménages Prévoyants ?

Sans aucun doute ! L'adresse électronique présente sur notre site (info@menages-prevoyants.fr) et une fiche de renseignements destinée aux internautes nous conduit à être de plus en plus réactifs. Notre règle est de répondre dans un délai le plus court possible aux demandes ou questions des internautes. Nous avons d'ailleurs affecté des collaborateurs au traitement de ces demandes.

MZ : Quelle part de votre communication envisagez-vous de dédier au Web ?

Une mutuelle comme la notre affecte 1 % de son CA. à la communication. Nous avons au travers de notre comptabilité analytique défini le coût d'acquisition et de fidélisation d'un adhérent. Cette analyse va nous permettre d'ajuster le plus finement possible nos budgets en fonction de l'évolution de la demande en provenance du Web.

MZ : Et si c'était à refaire ?

Nous ne pouvons que nous féliciter alors que notre 150 eme anniversaire se profile d'avoir pris la décision d'être devenu un acteur du Web.

J'avoue qu'à titre personnel, je dois reconnaître avoir été séduit par une démarche qui m'a été insufflée par les éléments les plus jeunes de mon management. Ce qui prouve et ce sera le mot de la fin que les échanges trans-générationnels ont du bon et de l'avenir.

Mutuelle Les Ménages Prévoyants

11, rue Albert-Sarraut

78028 Versailles Cedex

Tél : 01 39 24 60 00

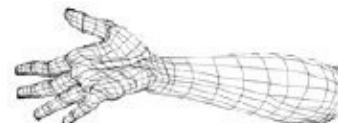
Fax : 01 39 24 60 39

info@menages-prevoyants.fr

par Jean-Claude BENARD de **Quadramultimédia**



Humour et Internet



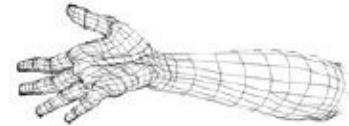
Chat abandonné !



par Frédéric LEPAGE de Les BD qui bougent



Référencement de A à Z



L'hébergement

La semaine dernière nous avons évoqué le choix du nom de domaine qui est primordial dans une stratégie de référencement.

Une fois le nom de domaine choisi, il vous faudra un hébergement pour votre site Internet.

Nous allons voir plusieurs cas :

- l'hébergement gratuit
- l'hébergement professionnel payant
- l'hébergement de chez soi (pourquoi pas?)
- les actions à effectuer en cas de changement d'hébergeur.

L'hébergement gratuit :

En prenant un accès internet votre FAI vous a certainement proposé "100 Mégas pour héberger votre site Web". A première vue, c'est tentant mais il faut savoir que dans ce cas vous ne pourrez pas héberger votre nom de domaine logos-sonneries.biz et vous aurez une adresse du type : <http://perso.ratatouille.fr/logos-sonneries> et votre image de marque risque d'en souffrir.

On vous suggérera peut-être de faire une redirection de votre nom de domaine sur votre espace perso. Mais l'url qui s'affichera dans le navigateur sera bien celle de l'hébergeur gratuit et non pas votre nom de domaine. Pire certains services vous obligent à afficher de la publicité sur votre site. Enfin les hébergeurs gratuits sont parfois lents à certaines heures de pointe.

En clair, pour un besoin personnel, l'hébergement gratuit est intéressant.

Pour un besoin professionnel, oubliez cela et investissez dans un hébergement de qualité.

L'hébergement professionnel payant :

Les offres sont multiples et répondent à tous les besoins et ce, à partir d'une dizaine d'euros à l'année.

Quelques éléments à prendre en compte pour le choix de votre hébergeur.

- **Fiabilité :** Les serveurs sont-ils souvent hors service? Si votre site est crawlé par un moteur lors d'une panne de serveur, vos efforts pour le référencement seraient compromis. Quelle est la bande passante? L'hébergeur assure-t-il une hotline? En vous rendant sur des forums spécialisés, vous pourrez avoir des avis d'utilisateurs.
- **Services :** L'hébergeur vous fournira-t-il des statistiques de fréquentation de votre site? Si oui, aurez-vous l'information sur les référents (utile pour évaluer l'impact du référencement) ? Si vous avez un site dynamique, assurez-vous de choisir le bon serveur. Si vous utilisez PHP, vérifiez que vous pourrez utiliser l'url rewriting (utile pour le référencement de sites dynamiques). Le trafic sur votre site est-il limité en volume? Vérifiez aussi la taille de l'hébergement. Enfin, les sauvegardes sont-elles réalisées fréquemment? Ce point est important mais souvent négligé.
- **Localisation des serveurs :** ce critère peut surprendre mais si vous souhaitez être présent dans les résultats "Pages France" de Google, il faudra que le serveur soit localisé en France. Pour notre site <http://www.logos-sonneries.biz/> nous avons choisi un serveur dédié, localisé en France, chez un hébergeur qui a fait ses preuves.

L'hébergement chez soi (d'après les conseils de Gilbert – Deepindex) :

L'idée peut paraître bonne, fini la pub, autant d'espace disque que l'on veut, à nous la liberté! Une connexion ADSL, un routeur / firewall, un pc (même vieux) sous linux (de préférence), une installation de IIS / Apache et ça y est, vous voilà hébergeur! Attention tout de même à la sécurité.

Cette solution est à réserver aux passionnés et pour des sites personnels plutôt que le site de votre PME.

Le cas du changement d'hébergeur :

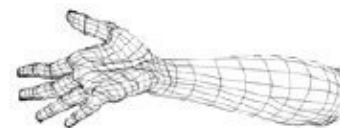
Vous souhaitez changer d'hébergeur? Il faut prendre quelques précautions pour que votre référencement ne perde pas de sa qualité. Olivier Andrieu (Abondance) conseille de laisser en ligne les 2 sites pendant quelques jours, de ne pas changer d'hébergeur pendant une période de crawl d'un moteur (difficile car les moteurs ne donnent pas leur agenda!). Au pire votre site sortira de certains index pendant quelques temps, votre ranking n'en sera toutefois pas affecté et au bout de quelques temps, tout reviendra comme avant.

[A lire sur le sujet la lettre Abondance d'Avril 2003.](#)

par Marie Pourreyron d'**Altitude Référencement**



Optimisation et indexation commerciale



Optimiser ou disparaître

ou "*Pourquoi 29 milliards de pages Web sont invisibles*".

Véritables raisons d'être de telles pratiques

Dans cette première livraison d'une série de chroniques traitant de l'optimisation et de l'indexation de sites Internet, il me semble bénéfique, d'abord, d'aborder la raison d'être de pareilles pratiques, sur le Web mondial.

Presque toutes les personnes exploitant un site Internet, de près ou de loin, reconnaîtront ces termes, mais plusieurs leur attribueront une importance très différente ou y verront une toute autre application : l'optimisation graphique des images, une résolution d'écran ou même, une réingénierie des processus d'affaires.

L'optimisation commerciale d'un site Internet est toute autre.

Mettre en confiance des clientèles toutes aussi invisibles que distantes

La relative nouveauté d'un procédé commercial si immatériel et si virtuel, tel qu'un site Internet, dans des démarches d'affaires économiques par ailleurs si familières, profite d'un certain recul afin d'extraire à partir des processus commerciaux mieux connus, les préceptes de base nous guidant vers leurs refontes pour ces contrées si intangibles.

S'il s'agit, par les sites Internet, de créer des moyens supplémentaires et importants générant de nouveaux canaux de revenus à l'échelle même mondiale afin d'obtenir une rentabilité commerciale assurée et croissante à court et à long terme, l'architecture de communication Web doit, tout en s'inspirant des meilleures pratiques d'affaires éprouvées, créer de toute pièce chacune des nombreuses étapes successives garantissant une nouvelle forme de visibilité, de présence, visant à mettre en confiance des clientèles tout aussi invisibles, ininformées et distantes.

Le "*Build it, and they will come?*"

Cette logique de l'évidence, que certains diront implacable, n'est néanmoins pas le lot de tous les gens d'affaires. L'Internet – et ses protagonistes technologiques historiques, ont bien eu le temps de tirer la couverture de leur côté. Son origine démocratique et populaire est basée sur la gratuité informationnelle et l'espoir d'être vu.

De nos jours, la concurrence effrénée de millions de sites – un nouveau à toutes les cinq secondes? et la mondialisation oblige, les communications virtuelles visent maintenant, et de plus en plus, la multiplication de transactions commerciales financières maximisant des profits monétaires bien tangibles, de partout à la fois? répétées à des milliers d'occasions à la minute, si possible.

Dans ce contexte, ce bref recul offre l'occasion de recadrer la démarche Internet,

spécifiquement commerciale, à l'intérieur du giron d'affaires économiques, ayant l'obligation de rentabilités optimisées, elles aussi.

Les 19 professions d'un site Internet rentable

Sans chercher à minimiser l'importance d'aucune des 19 professions nécessaires à la réalisation complète d'un site Internet rentable, il apparaît de plus en plus nécessaire d'effectuer des distinctions, en ce qui a trait aux rôles et fonctions de chacune d'entre elles.

Si à l'origine, le graphiste ou le programmeur réussissait à lui seul à produire une ?uvre commerciale suffisante – pour l'époque, la pression économique actuelle et la myriade de sites Internet non rentables exigent maintenant, de maximiser les revenus à partir de ressources très diversifiées et mieux imbriquées. Elles se doivent d'être plus aptes à articuler chacune des nombreuses étapes des processus complexes d'affaires virtuelles, menant à l'efficacité rentable recherchée.

On ne se vide pas les poches devant le premier venu !

Le besoin pressant pour ces talents multiples, maintenant nécessaires, exige pour quiconque désire assurer sa rentabilité Internet, la possession de toutes ces ressources compétentes pour en exécuter toutes les opérations. La grande entreprise – quelques fois plus économiquement prompte à réagir, intégrera de nouveaux employés formés, ou non, dans les institutions enseignant ces savoirs – s'il en existe, tant ces choses évoluent vite. Elles pourront, aussi, impartir ces opérations primordiales auprès d'entreprises sous-traitantes compétentes.

Rien n'est plus dispendieux que ce qui est inefficace, au plus bas prix !

La petite entreprise, elle, cherchera des solutions miracles, économiques ou même illégales pour tenter de sauver ses frais, plutôt que d'accroître ses revenus – alors que rien n'est plus dispendieux que ce qui est inefficace, au plus bas prix ! Ces dernières voies mèneront facilement à l'incrédulité parfaite face aux méthodologies les plus rigoureuses et scientifiques ou devant les preuves les mieux démontrées. Quelques fois, décider que c'est impossible vaut mieux que de constater son impuissance à le faire soi-même.

La prochaine « bulle Internet » à désillusionner le monde des affaires

Alors, si près de 99 % des sites Internet à vocation commerciale ne sont toujours, ni optimisés, ni indexés professionnellement, l'accroissement du Web Invisible de 29 milliards de pages sur 32, est la prochaine « bulle Internet » à désillusionner, de nouveau, le monde des affaires.

Un pareil scénario nous porte à s'imaginer l'impression de milliards de documents promotionnels affichant produits et services, par autant d'entreprises – tous graphiquement impeccables et superbement imprimés, mais non distribués, car laissés en entrepôts.

La prochaine chronique du mardi, 23 septembre 2003

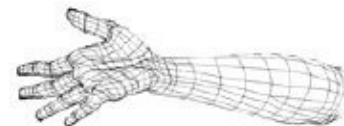
Lors de la prochaine chronique, nous terminerons ce regard critique sur les aspects commerciaux des démarches d'optimisation et d'indexation rentables de sites Web.

Je serai heureux de recevoir vos commentaires.

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



Espace publicitaire



Hebergement professionnel
sur Frontier



Hébergement e-business
d'IBM



E-commerce Internet
Services



Pariez et gagnez sur
Casino-on-Net



Casino Golden Riviera



Bonus de 100% chez
InterCasino



Votre crédit avec Egg



Réponse de principe
immédiate

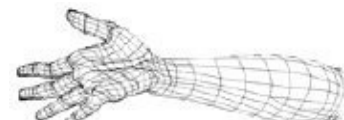


Demandez votre réserve
d'argent

Vous ICI ???



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

09/09/2003 : "Yahoo veut envoyer ses célibataires faire les courses"

« Dis moi ce que tu manges, je te dirai qui tu es... Trois mois après avoir lancé Yahoo Rencontres, le célèbre bouquet de services en ligne poursuit sur sa lancée en annonçant le lancement du "Dating Market", un concept de rencontres en chair et en os, dans le cadre de l'épicerie fine Lafayette Gourmet à Paris. »

08/09/2003 : "Google souffle sa cinquième bougie"

« Le célèbre moteur de recherche, Google, dont le nom est récemment passé dans le langage courant américain, fête aujourd'hui son cinquième anniversaire. »

06/09/2003 : "Ouverture d'un annuaire dédié à la finance"

Pour faciliter les internautes dans leur recherche d'informations sur la finance et l'argent, un nouvel annuaire thématique vient de voir le jour, c'est l' « annuaire de l'argent et des finances » !

05/09/2003 : "Dogpile intègre les résultats des meilleurs moteurs de recherche"

« Dogpile intègre dans une même interface les résultats de plusieurs moteurs de recherche reconnus tels que Google, Overture, Yahoo!, Ask Jeeves et Altavista. »

05/09/2003 : "Le cloaking est-il du spam ?"

« La notion de cloaking divise en ce moment bon nombre de webmasters et de moteurs de recherche sur le Web. Délivrer des pages différentes aux internautes et aux robots de moteurs peut-il être considéré comme du spam ou non ? Les moteurs de recherche n'utilisent-ils pas, eux-mêmes, des techniques qui s'en rapprochent ? Le cloaking ne permet-il de pallier les insuffisances techniques de certains moteurs ? Les avis sont partagés... »

04/09/2003 : "Valueclick propose en campagne les Google Adsense"

Valueclick, la régie publicitaire américaine online, propose désormais à ses affiliés la possibilité d'intégrer les résultats de Google Adsense sur leur site. La campagne se déroule sur un an et le CPM est 0,10 euro.

04/09/2003 : "Google met les clones de Kazaa sur liste noire"

« Suite à l'application de la loi américaine sur le copyright intitulée Digital Millennium Copyright Act (DMCA), nous avons éliminé 11 résultats de cette page. Si vous le souhaitez, vous pouvez prendre connaissance de la réclamation DMCA ayant entraîné l'élimination de ces résultats." Tel est le surprenant message qui apparaît en bas de la page de résultats après une requête sur les termes "Kazaa" ou "Kazaa Lite" dans le moteur de recherche Google. Une autocensure imposée par Sharman Networks qui, via le cabinet d'avocats Stubbs Alderton &Markiles, a envoyé le 11 août 2003 une injonction à l'entreprise Google lui demandant d'éliminer, ou de désactiver, les liens vers des sites de téléchargement des clones de Kazaa, tel Kazaa Lite. Google s'est donc plié à l'injonction. »

03/09/2003 : "NetWorldmedia conclut un partenariat avec Groupe Pages Jaunes"

« NetWorldmedia annonce la conclusion d'une entente de partenariat avec Groupe Pages Jaunes. L'entente, qui entre en vigueur à compter de maintenant, permet à NetWorldmedia d'afficher les liens payants de ses annonceurs sur les différents outils de recherche de Groupe Pages Jaunes, le plus important éditeur d'annuaires au Canada. Les sites concernés sont PagesJaunes.caMC, MontréalPlus.caMC et QuébecPlus.caMC. »

03/09/2003 : "Le Cameroun découvre le référencement !"

« (...) Il ne faut pour cela, pas hésiter à placer du texte dans les pages référencées afin que les robots de recherche qui ne reconnaissent pas les Meta Names aient des éléments à retourner lors des recherches. Par le canal des moteurs de recherche, une entreprise ou tout autre structure peut aisément se faire connaître d'un maximum de personnes. " Je fais la promotion de produits camerounais à l'étranger. Pour me faire connaître, je faisais des prospectus que je distribuais. Depuis que mon site a été référencé, je reçois des demandes venant du monde entier", explique Isidore Epalle, opérateur économique. Seulement, pour parvenir comme M.Epalle, à se faire une notoriété au niveau mondial, l'idéal serait que le site apparaisse dans les 20 premiers sites affichés après une recherche par mots clés. Car en effet, selon les résultats d'une recherche américaine parue récemment, 90% des utilisateurs des outils de recherche ne vont pas au-delà de la deuxième page lors des recherches. »

03/09/2003 : "La Belgique découvre les joies du référencement..."

« Vous souhaitez admirer les contours arrondis des vertes collines du Namurois ? A priori, rien de plus facile. Il suffit de se connecter sur internet et de taper, par exemple, le mot « Gesves », commune de la région, sur le moteur de recherche Google ou Yahoo. Les amoureux de la nature qui s'y sont essayé dernièrement n'ont

toutefois trouvé, pour tout spectacle champêtre, que quelques nymphes dans des postures que nous n'oserions décrire en ces chastes colonnes.

Ce spectacle qui en aurait ému plus d'un (nous l'avons subi pour les besoins exclusifs de cet article) a glacé le sang de Philippe Mahoux, maieur de Gesves. Il est vrai que toute personne tapant le nom de cette commune, tout comme celui de 131 autres localités wallonnes et bruxelloises obtient, sur l'écran que lui renvoient Google et Yahoo le nom de l'endroit, assorti de substantifs aussi colorés que « fessée, fantômes, Lolita, jupe ou porno », pour ne citer que les plus urbains. »

03/09/2003 : "Les liens contextuels, nouvelle aubaine pour les sites de contenu"

« Les liens promotionnels n'en finissent plus de progresser. Après avoir conquis le marché des moteurs de recherche et des portails, ils s'attaquent maintenant aux sites de contenu en prenant la forme de liens contextuels. Il s'agit toujours de liens publicitaires textuels mais ils sont ciblés en fonction de la thématique de chaque page (les liens promotionnels classiques apparaissent, eux, sur les pages de résultats des moteurs de recherche et sont choisis en fonction des mots-clés tapés lors de la requête). »

03/09/2003 : "Le torchon brûle entre Overture et T-Online"

« Rien ne va plus entre les deux partenaires d'hier... Suite à l'annonce mi-juillet du rachat d'Overture par Yahoo, le FAI allemand T-Online (Club-Internet en France) a décidé de mettre fin brutalement au contrat le liant avec la société de liens promotionnels Overture. "Cela s'est passé très vite, le 7 août, raconte Christophe Parcot, directeur général d'Overture France. Ce jour-là, nous avons appris officiellement que T-Online rompait unilatéralement notre contrat. Dans les deux heures qui ont suivi, l'ensemble de nos liens promotionnels avaient disparu des sites de T-Online." »

01/09/2003 : "Google et Kazaa contre Kazaa Lite"

« L'affaire est très simple, Google a été sollicité par les éditeurs de KaZaA : Sharman Networks afin de ne plus référencer les sites Internet parlant de la version Lite du logiciel de peer to peer. »

01/09/2003 : "AltaVista lance la nouvelle Toolbar"

« AltaVista, division du groupe Overture, et société leader de la technologie et des services de recherche sur Internet, annonce la disponibilité de sa nouvelle barre d'outils, la Toolbar. Cette nouvelle barre d'outils, développée par la division AltaVista Precision Search, permet aux internautes de lancer des recherches et des traductions où qu'ils soient sur le Web. »

01/09/2003 : "Google, le prochain Microsoft ?"

Par sa position dominante, Google est en passe de devenir un élément incontournable d'Internet, tout comme MST avec l'informatique. En effet, quand on sait que les résultats donnés par Google peuvent représenter de 30 à 50% du trafic d'un site, vous imaginez ce qui peut vous arriver si pour une raison ou une autre Google décide de vous en vouloir !

LES ARCHIVES

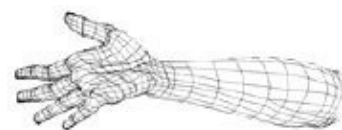
ou il y a un an, l'actualité du moment

04/09/2002 : "Webcrawler : vierge de pop-ups et de bannières publicitaires"

Après une période d'essai de 6 semaines, Infospace a décidé de laisser son nouveau méta-moteur Webcrawler sans aucun pop-up et sans bannière publicitaire.



Les outils de recherche
francophones



09 septembre 2003

Djerba hotels

Annuaire des hotels à Djerba en Tunisie.

07 septembre 2003

Zzazoo !

Annuaire généraliste simple et pratique avec moteur de recherche.

05 septembre 2003

Lorient-pratique

Annuaire des activités et commerces de la région lorientaise.

04 septembre 2003

Todoomangas

Annuaire de liens mangas, animés et autre services.

Apiguide

Annuaire de plus de 20000 sites francophones de qualité.

03 septembre 2003

Annuweblux

Annuaire de sites et portail sur le Luxembourg, la Belgique et la France.

Sibel

Annuaire des sciences de l'information et des bibliothèques en ligne.

Lisieux commerce

Annuaire des différents commerces de Lisieux rangés par catégories et activités.

02 septembre 2003

Mon Ardeche

Le portail de l'Ardeche et des ardechois.

01 septembre 2003

Reggae concerts

Annuaire de tous les concerts reggae.

123 reggae

Annuaire de tous les sites reggae.

31 août 2003

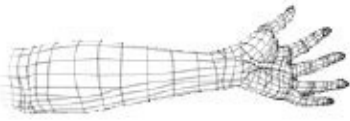
Decofinder

Moteur de recherche de la décoration.

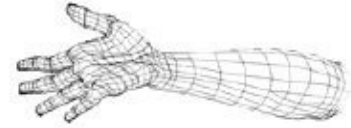
30 août 2003






Sites infirmiers francophones

Liens vers les pages des sites infirmiers francophones.



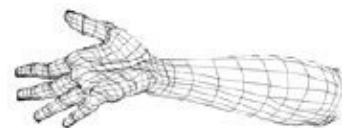
Auto Promotion



<p>Où trouver la meilleure info sur les outils de recherche ?</p>	
<p>par Caroline de <u>Crea-Interactive</u> (234x60)</p>	
	
<p>par Max, infodesigneur de MZ (170x85)</p>	
	
<p>par Max, infodesigneur de MZ (61x60)</p>	
	
<p>par Alain de <u>Rêve Lémanique</u> (90x38)</p>	
	
<p>par Alain de <u>Rêve Lémanique</u> (90x38)</p>	
	
<p>par Alain de <u>Rêve Lémanique</u> (468x60)</p>	



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 »	<u>Olivier DUFFEZ</u> de <u>WebRankInfo</u>
Chronique sur les moteurs	<u>Gilbert</u> <u>WAYENBORGH</u> de <u>DeepIndex</u>
Chronique sur les entreprises	<u>Jean-Claude BENARD</u> de <u>Quadramultimédia</u>
Chronique sur la visibilité	<u>C. BOULVIN</u> et <u>D.</u> <u>GUIGUE</u> de <u>Yooda</u>
Humour et Internet	<u>Frédéric LEPAGE</u> de <u>Les BD qui bougent</u>
Chronique sur le référencement	Marie Pourreyron d' <u>Altitude</u> <u>Référencement</u>
Chronique sur l'aspect commercial	<u>Pierre Frigon</u> de <u>l'Agence Hyperclics</u> <u>Marketing</u>
Infodesign	<u>Max</u> , le talentueux !

Le reste (mise en page, éditio,
actualités, les nouveautés et ...)

CHRIS HÉDÉ de
MoteurZine / Enfin

© 1999 à 2003 par IDF.net