

Interview : Daniel Read, Director of Product Management, Ask Jeeves

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Ask Jeeves est un moteur de recherche très connu outre-Atlantique et outre-Manche, même si l'absence de site français (ce qui ne saurait durer, d'après notre interview) le rend moins "célèbre" dans l'Hexagone.

Pourtant, il met notamment en œuvre deux technologies originales : Une base de données de questions/réponses interrogeable en langage naturel et le moteur de recherche Teoma, proposant une approche "communautaire" intéressante et peut-être annonciatrice d'une tendance à la contextualisation des réponses proposées par les moteurs de demain.

Daniel Read, *director of product management* d'Ask Jeeves, aux Etats-Unis, a bien voulu répondre à nos questions.



- Bonjour M. Daniel Read, et merci de répondre à nos questions. Tout d'abord, pouvez-vous vous présenter à nos lecteurs ?

- Je suis "Directeur du management produit" (*director of product management*), je supervise la direction, l'expérience utilisateur et les fonctionnalités du site Ask.com. J'ai débuté mon travail chez Ask Jeeves en Grand-Bretagne, puis j'ai rejoint les locaux américains de la firme.

- Parlons tout d'abord de Ask Jeeves. Pouvez-vous nous décrire cet outil de recherche ?

- Ask Jeeves est le second moteur de recherche "pur" le plus populaire en Amérique du Nord, la cinquième destination la plus populaire si vous incluez des portails comme Yahoo! ou MSN. Nous répondons environ à 6 millions de requêtes chaque jour et plus de 25 millions d'internautes visitent notre site chaque mois. Notre site basé en Grande-Bretagne est le onzième site le plus populaire là-bas et le second en termes de moteurs de recherche. En tout, Ask Jeeves propose 4 sites : Ask.com, Ask.co.uk, Teoma.com et AJKids.com.

- Quel est le modèle économique du site Ask Jeeves ?

- Nous faisons la majorité de notre chiffre d'affaires en vendant de la publicité en ligne, sous la forme d'accords privilégiés ou de liens textuels. Nous vendons essentiellement des mots clés aux annonceurs dont les publicités apparaissent sur les pages de résultats du site lorsque les internautes effectuent des recherches sur un sujet donné. Cela assure aux annonceurs de toucher un public ciblé tout en gardant des résultats pertinents pour l'utilisateur. Vous pouvez trouver les publicités dans les pages de résultats sous le nom "Sponsored Web Results".



Nous gagnons également de l'argent en louant notre technologie Teoma, aussi bien que nos publicités, à d'autres sites. Nous avons actuellement 50 sites partenaires avec qui nous "partageons" nos publicités ou notre moteur ou les deux.

- Au début, Ask Jeeves était "seulement" un moteur de recherche en langage naturel. Actuellement, bon nombre de sources d'informations enrichissent la page de résultats. Quelles sont-elles ? Pouvez-vous nous les présenter ?

- Ask Jeeves est bien connu pour sa technologie de recherche en langage naturel, pour laquelle nous avons été des pionniers, et que nous continuons de développer et d'utiliser pour apporter une approche plus intuitive à l'internaute. Nous utilisons également la technologie "moteur" Teoma, qui propose les liens sous la mention "Web results". Nous avons acquis Teoma en septembre 2001, une bonne décision qui a "boosté" la satisfaction de nos visiteurs de +40% depuis son intégration sur Ask Jeeves en décembre 2001.

Le technologie Teoma est unique dans le domaine des moteurs de recherche actuellement. Nous allons au-delà des techniques traditionnelles, en retournant des résultats les plus représentatifs et pertinents possibles. Plutôt que d'employer les techniques "classiques" des moteurs de recherche, comme l'analyse textuelle, l'analyse de popularité, etc., Teoma utilise sa propre technologie de popularité spécifique à une thématique donnée pour classer et organiser les sites web pertinents en temps réel. Notre système ("Subject-Specific Popularity") classe un site en se basant sur le nombre de pages traitant du même sujet et qui ont mis en place un lien vers lui. Il ne s'agit pas d'une "simple" popularité. Teoma organise et divise le Web en communautés spécifiques. Il analyse alors l'interconnectivité des sites et pages à l'intérieur de ces communautés. L'analyse ne porte pas sur le Web complet mais est effectuée à l'intérieur de ces communautés. Cette approche ajoute un niveau de pertinence supplémentaire aux résultats.

- Les liens issus de Teoma sont maintenant plus visibles sur les pages de résultats. Pourquoi ? Les résultats issus de la banque de données consultable en langage naturel sont-ils moins pertinents ? Ou avez-vous fait cela pour vous adapter aux habitudes des usagers ?

- Comme je l'ai dit précédemment, le langage naturel reste une part importante et vitale de la recherche Ask Jeeves. Cependant, la taille critique de la base de données que notre "staff" d'éditeurs développait était difficile à maintenir à long terme. Ainsi, nous avons vite réalisé que si nous voulions rester pertinents, nous devons automatiser notre technologie de recherche et nous avons donc acquis Teoma. Cette décision a amené une satisfaction bien plus grande de nos utilisateurs car nous sommes maintenant capables de fournir à la fois des résultats intuitifs issus de l'analyse du langage naturel et des liens web algorithmiques. Je pense que l'on peut dire que nous avons ainsi ce qui se fait de mieux actuellement dans les deux domaines. Aujourd'hui, le langage naturel joue un rôle important pour nous aider à comprendre la question de l'internaute. Au travers de cette technologie, nous pouvons proposer à nos utilisateurs une variété de fonctionnalités et de système d'affinage des requêtes qui aident à fournir une meilleure réponse. Nous appelons ces outils "Smart Search" et, comme leur nom l'indique, ils permettent aux visiteurs d'Ask Jeeves de chercher l'information de façon plus efficace.

- En montrant plus de liens issus de l'index de Teoma (et, donc, moins de réponses issues de la technologie de langage naturel), ne pensez-vous pas qu'Ask Jeeves perd un peu de sa spécificité originelle ?

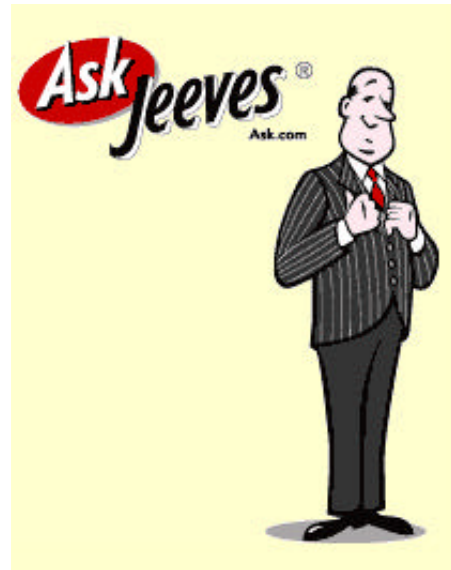
- Je pense exactement le contraire. Comme je le disais précédemment, nous avons récemment annoncé les technologies "Smart Search", qui représentent une évolution importante et significative pour Ask Jeeves. Nous avons voulu, par ce biais, répondre à des besoins différents tout en continuant à nous concentrer sur la meilleure qualité possible des réponses sur la base d'outils intuitifs qui améliorent l'expérience des internautes. Selon la requête demandée, nous pouvons répondre directement à des questions comme "[capital of South Africa](#)" ou "[what does a dachshund look like?](#)". Pour des requêtes comme "[driving directions](#)" ou des définitions du dictionnaire, nous fournissons un outil, *via* un partenaire, qui permettra au visiteur de rechercher rapidement l'information. Toutes ces fonctionnalités font d'Ask Jeeves un outil de recherche à part sur le Web.

- Vous proposez, comme de nombreux autres outils de recherche, des liens sponsorisés dans vos pages de résultats. Pensez-vous qu'un moteur, aujourd'hui, peut vivre sans lien sponsorisé ?

- Nous avons connu un grand succès avec la publicité en ligne. Les moteurs de recherche proposent une opportunité réellement unique de délivrer des messages publicitaires pertinents par rapport aux besoins des visiteurs, lorsque le consommateur recherche des produits qui peuvent être proposés par un annonceur. C'est la rencontre de l'offre et de la demande. Nous estimons qu'environ 30 à 40% des requêtes sur un moteur ont une nature commerciale, signifiant que l'internaute recherche un bien ou un service. Au travers des liens sponsorisés, nous délivrons des résultats pertinents pour ce type de recherche. Nous travaillons chaque jour à optimiser notre site pour que ce type de lien n'apparaisse que lorsque c'est nécessaire et intéressant pour l'internaute, et nous augmentons ainsi la valeur de ces informations pour l'utilisateur et l'annonceur.

- Récemment, Ask Jeeves a vendu sa division "Enterprise Search". Pourquoi ?

- Depuis un certain temps, la société Ask Jeeves gère deux activités très différentes. La plus grande division, nommée "Web Properties", gère le marché dynamique de la recherche sur Internet avec des opportunités de croissance très excitantes. La deuxième division, "Jeeves Solutions", propose des solutions de recherche aux entreprises et, comme vous le savez peut-être, ce marché connaît actuellement un fléchissement ou tout du moins un tassement. Ceci dit, nous sommes fiers de notre produit JeevesOne et de notre base de clients qui l'utilisent. Mais les modèles économiques de nos deux divisions sont assez différents et nous préférons aujourd'hui nous focaliser sur le Web. Nous avons donc décidé de vendre la partie "business search" à la société Kanisa. Stratégiquement, cette décision nous permet de nous recentrer sur un objectif unique, qui est la recherche sur le Web la plus efficace et la plus originale possible.



- Parlons maintenant de Teoma. Pouvez-vous nous présenter cette technologie ?

- J'ai déjà abordé ce sujet dans mes réponses précédentes. Je peux compléter ce que j'ai déjà dit avec quelques chiffres : notre index contient environ 500 millions d'urls et est créé sur la base d'un "crawl" de plus d'un milliard de pages. Nous pensons doubler ce chiffre d'ici à la fin de l'été pour atteindre le milliard de documents dans notre index. Comme vous le savez, nous avons des sites en .com et .co.uk. Cependant, nous permettons la recherche en 10 langues dont le français. Nous avons 10 millions de sites en .fr dans notre index. Cependant, ce n'est pas obligatoirement un chiffre pertinent puisque des sites français peuvent avoir un domaine en .com.

- Quelles sont les grandes différences entre Teoma et Google ? Pensez-vous que Teoma soit plus pertinent que Google ?

- Comme je le disais précédemment, l'approche de Teoma est différente de celle des autres moteurs, Google compris. Alors que les autres moteurs tentent d'imiter Google, Teoma a pris l'option de s'engager sur une voie complètement différente. Notre moteur analyse le Web dans ce qu'il a d'essentiel : les communautés thématiques. Pour mieux comprendre à quel point cela est important, il est intéressant de raisonner en termes "off line". Par exemple, si vous vous posez une question sur le football, vous ferez un sondage auprès de vos amis pour obtenir leur opinion, en fonction de leur connaissance de ce domaine. Vous n'allez pas questionner TOUS vos amis, qu'ils connaissent ou non ce sport. Vous n'allez demander leur opinion qu'à ceux qui vous semblent pertinents et passionnés par le ballon rond. Nous croyons plus à l'expertise de certains experts "choisis" plutôt qu'à une opinion plus généraliste, plus diffuse, parfois plus hasardeuse. Ceci représente l'approche de Teoma, sa capacité à organiser le Web en "communautés thématiques naturelles". Teoma identifie ainsi quels sites font autorité sur un sujet donné. Google ne dispose d'aucune technologie allant dans ce sens. Le PageRank n'est capable que d'analyser le Web sur un plan global, pas dans un cadre spécifique.

- Quel est l'objectif d'Ask Jeeves avec Teoma ? Louer cette technologie à des sites portails ? Devenir un concurrent direct de Google ?

- Teoma est le moteur de recherche "web" des sites Ask.com, Ask.co.uk et Teoma.com. Nous "syndiquons" également notre technologie à d'autres sites comme HotBot, Excite, Mamma.com, etc. Nous avons cependant acquis Teoma d'abord pour augmenter la pertinence de nos propres sites.

- Peu de gens connaissent Ask Jeeves en France. Savez-vous combien d'internautes français utilisent le site ?

- Un pour cent environ de notre trafic vient de la France.

- Ask Jeeves aura-t-il une version française prochainement ?

- Aucune date n'est encore fixée, mais nous explorons cette option. Une de nos priorités pour 2003 est de déterminer notre stratégie à l'international.

- Pouvez-vous nous décrire l'offre de référencement payant permettant de soumettre un site à l'index de Teoma ? Une soumission gratuite est-elle possible ?

- Nous proposons deux offres de référencement payant : "Site Submit" pour les sites de moins de 1 000 pages et "Index Express" pour les gros sites qui désirent contrôler le plus finement possible la fréquence de rafraîchissement de leurs documents dans l'index de Teoma. Le référencement payant est réellement la seule façon de garantir que votre site sera bien inclus dans l'index de Teoma. Mais il ne s'agit en rien d'une garantie de positionnement. Enfin, pour répondre à votre question, aucune possibilité de soumission gratuite n'est actuellement proposée.

- Quels sont les projets d'Ask Jeeves dans les prochains mois ?

- Nous sommes entièrement concentrés sur l'amélioration du site Ask.com et nous recherchons actuellement d'autres voies pour accentuer l'approche intuitive de notre outil. Nous conduisons actuellement des études auprès d'internautes pour améliorer encore nos résultats. Nous espérons également atteindre au plus vite la taille d'un milliard de pages pour notre index.

Merci, Daniel Read. Merci également à Carrie Bishop pour son aide dans le cadre de cet interview.

Nota : l'interview ci-dessus a été effectuée par mail en anglais, puis traduite en français dans le courant du mois de juin 2003.