

YST-Google : comparatif des fonctionnalités

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Comparatif détaillé des fonctionnalités de recherche (hors syntaxe avancée) des deux concurrents Yahoo! et Google.

Vous le savez, Yahoo! a lancé, il y a quelques jours de cela, sa technologie "moteur de recherche", qui vise à remplacer les trois technologies rachetées, directement (Inktomi) ou indirectement (AltaVista, AllTheWeb par le biais d'Overture) dans le courant de l'année 2003. Ce lancement est important puisque les sites de Yahoo!, mais également AltaVista, AllTheWeb, MSN et bien d'autres sites et portails utiliseront l'offre "Yahoo Search Technology" (YST) dans les mois qui viennent. Autant dire, une part de marché non négligeable des recherches effectuées sur le Web, notamment aux Etats-Unis, où la présence de Yahoo! et MSN, notamment, est plus forte qu'en France.

Il nous a donc semblé important et nécessaire de vous proposer une lettre R&R "spéciale YST" à cette occasion. Et pour ce faire, nous avons tenté de vous donner un maximum d'indications et d'informations sous la forme de tableaux comparatifs entre cette nouvelle technologie et le leader incontesté actuel des moteurs de recherche, Google.



Vous trouverez donc dans cette lettre de multiples tableaux qui ont pour vocation de comparer, sous plusieurs angles possibles, les deux outils. A vous, sur cette base, de vous faire votre propre opinion et de définir lequel est le meilleur. Nous vous donnerons également notre avis à la fin de cette lettre. Ces tests ont été faits sur le site américain (<http://www.yahoo.com/>) et le site français (<http://fr.yahoo.com/>) de Yahoo! dès que ce dernier y a proposé la technologie YST (à partir du mercredi 10 mars) .

Dans chacun des tableaux, nous avons indiqué **en fond de couleur** les fonctionnalités qui étaient proposées par l'un et pas par l'autre. **Ce sont donc ces informations-là qui font la différence entre les deux moteurs.**

Attention cependant : le moteur de recherche YST étant extrêmement récent, il se peut que certaines fonctionnalités soient rajoutées en ligne entre le moment où ces articles sont écrits et celui où vous les lisez...

Notre premier tableau compare les **fonctionnalités de recherche simple** de Google et de Yahoo!. En d'autres termes : quelles fonctions de recherche les deux outils de recherche proposent-ils dans un premier temps, et notamment sur leur page de résultat ? Réponse :

Fonctionnalités de recherche simple	Google	YAHOO!
Annuaire	Basé sur DMOZ http://directory.google.fr/ http://directory.google.com/	Annuaire Yahoo http://search.yahoo.com/dir/ http://fr.search.yahoo.com/search/fr/dir/
Fonction [Cache]	OUI	OUI
Minuscules / Majuscules	Idem : Google ne tient pas compte de la casse des lettres. Exemples : ibm trouve ibm, IBM ou Ibm. Ibm trouve Ibm, ibm ou IBM. IBM trouve IBM, ibm ou Ibm.	Idem : Yahoo! ne tient pas compte de la casse des lettres. Exemples : ibm trouve ibm, IBM ou Ibm. Ibm trouve Ibm, ibm ou IBM. IBM trouve IBM, ibm ou Ibm.
Lettres accentuées	Le mot est toujours recherché tel qu'il est saisi. Exemples : electricite trouve electricite, mais pas électricité ou electricité. électricité trouve électricité mais pas electricite ou electricité.	Le mot est toujours recherché tel qu'il est saisi sauf si non accentué. Exemple : electricite trouve electricite, électricité ou electricité. électricité trouve électricité mais pas electricite ou electricité.

Fonctionnalités de recherche simple		
Ordre des mots	Important : paris dakar donne un résultat différent de dakar paris. Une plus grande importance est donnée au premier mot choisi.	Important : paris dakar donne un résultat différent de dakar paris. Une plus grande importance est donnée au premier mot choisi.
Clusterisation*	OUI, 2 pages max	OUI, 1 page max
Traduction des pages	OUI	OUI
Affichage du poids de la page	OUI	OUI
Affichage de la date de dernière modification de la page	OUI pour les pages les plus récentes	NON
Affichage de la catégorie du site dans l'annuaire	OUI	OUI
Titre de la page	Contenu de la balise TITLE (70 caractères max)	Contenu de la balise TITLE ou Titre issu de l'annuaire (120 caractères max)
Résumé de la page	Résumé de l'annuaire si le site y est présent ET Contenu de la balise Meta Description (185 caractères environ) OU "snippet**" sinon. 270 caractères maximum en tout.	Résumé de l'annuaire si le site y est présent OU Contenu de la balise Meta Description (185 caractères environ) ET "snippet**" sinon. 350 caractères maximum en tout.
Url de la page	OUI (100 caractères max)	OUI (100 caractères max)
Pictogramme permettant d'ouvrir le lien dans une nouvelle fenêtre	NON (possibilité de demander la fonction par défaut dans les préférences)	OUI
Proposition de pages similaires	OUI	NON
"Related searches***"	NON	OUI
Proposition de catégories de l'annuaire	OUI	OUI
Liens sponsorisés	AdWords	Overture (appartient à Yahoo!)

* La *clusterisation* consiste à n'afficher qu'un ou deux lien(s) par site, même si d'autres pages de ce site répondent à la requête.

** *Snippet* = extrait textuel d'une page web contenant le(s) mot(s) de la requête.

*** : Les "*related searches*" sont des expressions connexes à la requête demandée. Ainsi, pour la requête "harry potter", Yahoo! proposera "harry potter book", "harry potter movie", "harry potter pictures", etc.

Sur le plan des fonctionnalités, les deux moteurs sont assez proches. Les différences entre les deux outils sont assez minimes mais ne sont cependant pas négligeables. Les "*related searches*" et le pictogramme permettant d'ouvrir un lien dans une nouvelle fenêtre sont deux atouts intéressants de Yahoo! qui donnent un meilleur confort de recherche. Les deux "plus" de Google (date de dernière modification et proposition de pages similaires) sont certes intéressants mais peut-être moins souvent utilisables que ceux de Yahoo!. **Un petit avantage à Yahoo!, donc, sur ce point.**

Deuxième tableau : nous avons relevé les différentes possibilités de la zone de **recherche avancée** des deux outils. Sont-elles strictement identiques ou proposent-elles des fonctions originales ? C'est ce que nous allons voir...

Fonctionnalités de recherche avancée	Google	YAHOO!
Possibilité de recherche avancée	OUI http://www.google.com/advanced_search?hl=en	OUI http://search.yahoo.com/web/advanced
Opérateurs booléens ET, OU, SAUF, Expressions	OUI	OUI
Recherche dans le titre des pages	OUI	OUI
Recherche dans l'url des pages	OUI	OUI
Recherche dans le texte des pages	OUI	NON
Recherche dans les liens vers les pages	OUI	NON
Recherche sur la date de dernière mise à jour des pages	OUI (3, 6 et 12 mois)	OUI (3, 6 et 12 mois)
Recherche sur le domaine et le nom de domaine	OUI	OUI
Recherche sur le format de fichier	OUI (HTML, PDF, PS , DOC, XLS, PPT, RTF)	OUI (HTML, XLS, PDF, PPT, DOC, XML , TXT)
Filtre familial	OUI (US uniquement)	OUI (US uniquement)
Recherche sur un pays donné	NON (mais disponible en recherche simple sur les sites régionaux et dans la rubrique "Langage tools")	OUI
Recherche dans une langue donnée	OUI (35 langues)	OUI (33 langues)
Nombre de résultats par pages	OUI (10, 20, 30, 50 , 100)	OUI (10, 15 , 20, 30, 40 , 100)
Recherche de produits	OUI	NON
Recherche de pages similaires	OUI	NON
Recherche de "baclinks"*	OUI	NON

* Un "backlink" est une page contenant un lien vers une page donnée.

Dans ce cas, **l'avantage est sans contestation possible du côté de Google**. Il permet d'explorer le texte et les liens dans les pages web, ce que ne permet pas Yahoo!. De plus, trois fonctions supplémentaires (produits, pages similaires et backlinks) sont proposées, contrairement à Yahoo! qui, pour sa part, ne propose rien de plus que son concurrent si ce n'est la recherche de documents aux formats XML et TXT (mais Google propose, pour sa part, Poscript et RTF). Deux zones de recherche avancée ayant, donc, un "tronc commun" équivalent mais légèrement plus riche du côté de Google.

Troisième tableau : les deux outils proposent des fonctions de personnalisation, notamment des pages de résultats, sous la forme d'un lien intitulé "**Préférences**". Que propose cette zone ?

Préférences	Google	YAHOO!
Choix de la langue de l'interface	OUI (97 langues disponibles)	NON
Choix d'une ou plusieurs langues de recherche	OUI (35 langues disponibles)	OUI (33 langues disponibles)
Activation / Désactivation du filtre familial	OUI (strict, moderate, off)	OUI (strict, moderate, off)
Choix du nombre de résultats par page	OUI (10, 20, 30, 50 , 100)	OUI (10, 15 , 20, 30, 40 , 100)
Ouverture automatique des liens dans une nouvelle fenêtre	OUI	OUI

Les deux systèmes de personnalisation sont quasi identiques (on voit que Yahoo! a bien exploré le site de Google avant d'écrire le cahier des charges de son moteur :-)). **Google remporte cependant ce match** grâce à son système de personnalisation linguistique de l'interface, habilement basé sur le bénévolat de ses utilisateurs, ce qui rend le moteur disponible en 97 langues et dialectes. Il est clair qu'il faudra quelques mois à Microsoft pour égaler cette fonctionnalité. Avantage, donc, à Google pour ce comparatif.

Quatrième tableau : **Comment se référencer sur le moteur de recherche** ? Quelles sont les possibilités fournies par les deux outils afin d'intégrer leur index ?

Référencement	Google	YAHOO!
Interface de soumission gratuite	OUI http://www.google.com/addurl.html	OUI (abonnés Yahoo! seulement) http://submit.search.yahoo.com/free/request
Indexation des pages en suivant les liens (notamment Dmoz et annuaire Yahoo!)	OUI	OUI
Offre de référencement payant ("paid inclusion")	NON	OUI (Site Match)
Pris en compte du fichier Robots.txt	OUI	OUI
Prise en compte de la balise meta "Robots"	OUI	OUI
Prise en compte des urls dynamiques	OUI (partiellement ?)	OUI (partiellement ?)
Possibilité de référencer un fil RSS	NON	OUI

Dans ce cas, **l'avantage est clairement à Yahoo!** Il propose deux modes d'intégration que Google n'offre pas : le référencement payant (offre "Site Match") - certains diront que ce n'est en rien un avantage ;-)- et le référencement de fil RSS (à ce sujet, voir une discussion sur le forum de WebRankInfo, à l'adresse http://www.webrankinfo.com/forums/viewtopic_8600.htm). Une page explicative de ce format était également disponible à l'adresse my.yahoo.com/s/rss-faq.html mais elle semble avoir disparu du site de Yahoo! depuis quelques jours...

La question est de savoir si, maintenant que son principal concurrent actuel (et il y a fort à parier que son prochain, MSN, propose la même chose) affiche une offre de référencement payant ("paid inclusion"), Google ne va pas lancer la sienne, qui serait, selon certaines rumeurs, déjà prête et "dans les cartons"... L'avenir le dira...

De ces premiers comparatifs, on peut dire que les deux outils sont vraiment très proches et que, certainement, Yahoo! a abondamment "lorgné" du côté de Google pour se rapprocher au mieux, dès son lancement, des fonctionnalités déjà proposées par son concurrent. Du coup, on ressent une impression de "clonage" assez forte en utilisant YST et, globalement, on peut dire qu'aucune fonctionnalité spécifique ne fait qu'on utilisera plus particulièrement l'un ou l'autre des outils. Bref, de ce côté, Yahoo! a "réussi son coup" en s'approchant au plus près des possibilités de recherche proposées par Google. Va-t-il maintenant innover pour se démarquer de son concurrent ? Ou est-ce Google qui va tenter de lancer de nouvelles fonctions originales ? C'est ce que nous verrons dans les semaines qui viennent...