

Les générateurs de mots clés (1ère partie)

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Avant d'entreprendre une stratégie de référencement, il est primordial d'identifier les "bons" mots clés sur lesquels vous allez tenter de positionner les pages de votre site dans les résultats des moteurs de recherche. Pour cela, l'utilisation des outils de génération de mots clés sont essentiels et permettent de tester à la fois l'intérêt d'une requête (le nombre de fois où elle est tapée sur les moteurs) ainsi que la faisabilité du référencement (la possibilité technique de se positionner dessus). Dans cette première partie, nous étudions et comparons les outils de Yahoo! Search Marketing, Miva, Google et MSN.

Lors de la mise en place d'une stratégie de référencement, la phase essentielle, qui déterminera en grande partie le succès ou l'échec des procédures mises en œuvre par la suite, reste la définition des mots clés sur lesquels un positionnement va être tenté. En effet :

- Rien ne sert de tenter un positionnement sur des mots et expressions que personne ne saisit.
- Il sera complexe d'envisager un positionnement sur des mots clés ou expressions renvoyant trop de résultats sur les moteurs. Difficile d'envisager d'être bien placé lorsque plusieurs millions de liens sont proposés par Google et ses confrères et ce d'autant plus que la thématique choisie sera concurrentielle...

Pour bien prendre en compte un arbitrage entre "intérêt" (le mot clé est - ou non - souvent demandé) et "faisabilité" (il est techniquement possible de se positionner sur le mot clé), il existe des outils nommés "générateurs de mots clés" qui fournissent des informations intéressantes qu'il sera nécessaire de prendre en compte pour établir une "feuille de route" du choix des termes sur lesquels vous allez bâtir votre stratégie. Cet article a pour but de vous présenter la plupart de ces outils, de les comparer et de vous indiquer leurs avantages et leurs inconvénients respectifs...

Dans cette première partie, nous allons étudier les outils proposés par les principaux prestataires de liens sponsorisés en Europe et aux Etats-Unis : Yahoo! Search Marketing (ex-Overture), Google AdWords, Miva (ex-Espotting) et MSN adCenter.

Yahoo! Search Marketing

L'outil générateur de mots clés certainement le plus connu à l'heure actuelle est celui d'Overture, aujourd'hui nommé Yahoo! Search Marketing. Il est disponible aux adresses suivantes :

<http://inventory.overture.com/> (version US)
<http://inventory.fr.overture.com/> (version française)

Pour les autres pays, il suffit de remplacer le "fr" de l'url ci-dessus par "de" pour l'Allemagne, "es" pour l'Espagne, etc.

Lorsqu'un mot clé est saisi, l'outil fournit :

- **Le nombre de fois où cette expression a été demandée sur le réseau Overture** (en France : Yahoo!, Voila, AltaVista, etc.) au cours du mois précédent. Il est important de prendre en compte le fait que les indications chiffrées fournies ne prennent pas en compte les données de Google notamment.

- **D'autres expressions contenant le mot clé demandé.**

Cet outil est très connu. Il est, de plus, très simple à utiliser. Nous ne le décrivons pas plus pour ces raisons. Il souffre cependant, à notre avis, d'un certain nombre de défauts que nous récapitulerons, comme pour les autres outils décrits dans cet article, dans le tableau suivant :

Recherches faites en Janvier 2006	
Nombre	Mot clé
3338	audit referencement
2435	audit
1599	audit site internet
1425	audit site internet gratuit
1412	audit performance
1183	audit positionnement
1144	audit et formation
713	audit interne
710	audit financier
595	audit informatique
515	audit comptable
467	cabinet d audit
392	formation audit
374	audit social
372	audit qualite
362	audit taxe fonciere
344	audit securite
312	logiciel audit
305	audit trafic
240	audit securite informatique
210	audit comptable et financier

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> • Propose à la fois des données chiffrées et des expressions connexes. • Permet d'extrapoler de façon assez juste sur le Web complet. • Certainement le générateur de mots clés fournissant des chiffres basés sur le plus grand nombre de requêtes... Donc fournissant les informations chiffrées les plus fiables... 	<ul style="list-style-type: none"> • Pas toujours à jour au niveau du mois proposé (souvent un décalage de deux mois). • Ne prend pas en compte les différentes formes du mot : "hotel", "hotels", "hôtel" et "hôtels" sont considérés comme des mots identiques. Masculin/féminin, singulier/pluriel, lettres accentuées ne sont différenciés. • Des systèmes de synonymie ne sont pas toujours compréhensibles : "location voiture" est trouvé, mais pas "location auto" ou "location automobile". • Certains résultats (issus de systèmes interrogeant automatiquement les moteurs ?) sont parfois peu voire pas du tout fiables. Exemple : lors de nos tests, la requête "espaceclient .francetelecom.com ecare html pu index identification. fcc ft.fc" a été identifiée à 3 471 occurrences par l'outil. Etrange... Tapez la requête "html" pour avoir d'autres exemples de ce type... • Overture proposant des systèmes de liens sponsorisés <i>contextuels</i> simulant des interrogations de mots clés sur des pages éditoriales, certains résultats ne sont pas issus d'une réelle recherche effectuée par un internaute sur un moteur de recherche. Cela peut fausser certains chiffres.


Malgré ses quelques défauts, le générateur de mots clés d'Overture est l'un des outils majeurs disponibles actuellement et parmi les meilleurs de son domaine. Il reste donc un incontournable et doit être pris en compte pour définir vos meilleurs mots clés. En revanche, il faudra toujours avoir à l'esprit les contraintes exposées ci-dessus au moment de l'analyse des résultats fournis...

Miva (Espotting)

L'outil de Miva, autre acteur important des liens sponsorisés, se trouve à cette adresse :

<https://account.fr.miva.com/advertiser/Account/Popups/KeywordGenBox.asp>

Les informations fournies sont similaires à celles indiquées par Overture, sur la forme tout du moins (le générateur de mots clés français ne fonctionnait pas lors de nos tests) :

 **KEYWORD GENERATOR**

Need some help choosing relevant keywords? Simply enter a keyword you would like to bid on and we'll show you not only how many searches that keyword has received in the past 30 days, but also additional related searches that include your keyword.

Keyword Generator

Enter keyword here:

Keywords (click on a keyword to refine your search)	Searches
hotel	3208411
cheap hotel	597670
london hotel	332044
uk hotel	193160
discount hotel	146511
amsterdam hotel	137781
hotel paris	124886
boston hotel	115788
edinburgh hotel	112127

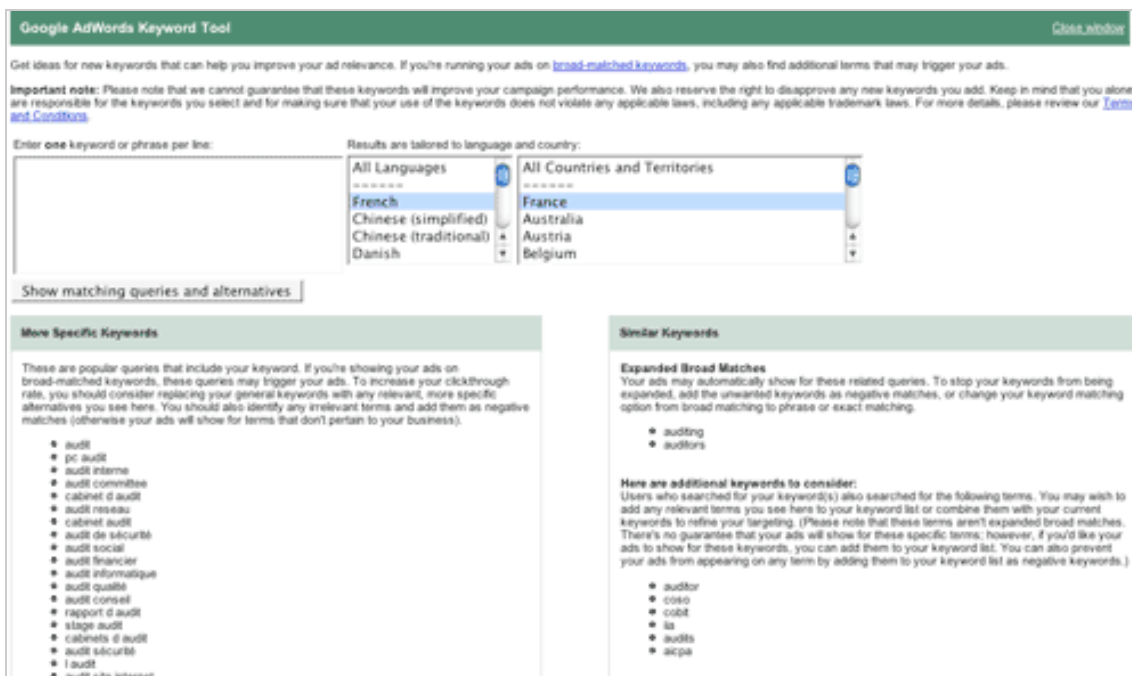
Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> • Propose à la fois des données chiffrées et des expressions connexes. • Données complémentaires à celles d'Overture. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ne prend pas en compte les différentes formes du mot : "hotel", "hotels", "hôtel" et "hôtels" sont considérés comme des mots identiques. Masculin/féminin, singulier/pluriel, lettres accentuées ne sont différenciés. • La majorité du trafic de Miva (notamment en France) vient aujourd'hui des liens sponsorisés contextuels simulant des interrogations de mots clés sur des pages éditoriales. Les liens sponsorisés de Miva ne sont plus présents sur aucun moteur majeur en France. De nombreux résultats ne sont ainsi pas issus d'une réelle recherche effectuée par un internaute sur un moteur de recherche, ce qui fausse certainement les chiffres fournis.

Google AdWords

L'outil de génération de mots clés fourni par Google, dans le cadre de son offre de liens sponsorisés AdWords est disponible à cette adresse :

<https://adwords.google.com/select/main?cmd=KeywordSandbox>

L'avantage de cet outil est qu'il fonctionne en de nombreuses langues et qu'il propose un très grand nombre d'expressions connexes. Malheureusement, aucune indication chiffrée n'est fournie, ce qui limite fortement son intérêt... Dommage, car l'outil ne manque pas d'attraits par ailleurs (voir tableau ci-dessous).



Il est à noter que, lorsque vous êtes enregistré pour le programme Google AdWords (<https://adwords.google.fr/select/Login>), vous avez accès, lors de la création de vos campagnes, à une nouvelle interface de prévision de trafic, qui donne des indications de volume sous la forme d'une barre plus ou moins remplie en fonction du nombre de recherches envisagé :

Mots clés / Enchère minimum [?]	CPC max / État prévisionnel [?]	Volume de recherche ▼ [?]
Total du réseau de recherche		
referencement (à ajouter) Enchère minimum : €0,04	€2,00 Actif	
référencement Enchère minimum : €0,05	€2,00 Actif	
referencement gratuit (à ajouter) Enchère minimum : €0,09	€2,00 Actif	
referencement google (à ajouter) Enchère minimum : €0,05	€2,00 Actif	
référencement gratuit (à ajouter) Enchère minimum : €0,05	€2,00 Actif	
livre google Enchère minimum : €0,05	€2,00 Actif	

Cependant, aucune indication chiffrée exacte n'est fournie, là non plus... mais cela permet quand même de vérifier l'intérêt d'une requête par rapport à une autre, mais pas dans l'absolu...

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> Proposition de très nombreuses expressions connexes contenant le mot demandé. Les différentes formes des mots sont prises en compte : "hotel" est différent de "hotels" qui est différent de "hôtels". Proposition de mots clés similaires (par exemple pour "hôtel" on obtiendra 	<ul style="list-style-type: none"> Aucune indication de volume sur le nombre de fois où le mot clé a été demandé. Obligation de créer un compte annonceur et de mettre en place (sans payer pour autant, cependant) des campagnes pour avoir accès aux informations partielles de volume.

<p>"château", "vacances", "gites", etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Possibilité de saisir plusieurs requêtes à la fois. • Nombreuses langues et nombreux pays pris en compte. 	
---	--

MSN adCenter

Nouveau venu dans le monde des liens sponsorisés, adCenter de MSN propose deux outils intéressants. Pour les utiliser, il faut cependant ouvrir un compte à l'adresse <http://adcenter.msn.fr/> pour y avoir accès (notez bien qu'il n'est pas nécessaire de payer des campagnes pour avoir accès aux outils présentés ci-dessous, une simple inscription "de test" suffit).

Dans l'interface d'administration des campagnes de liens sponsorisés adCenter, l'onglet "Simulation" permet d'effectuer des recherches de volume de trafic sur vos mots clés :

Simulation d'audience

Cet outil génère automatiquement les mots-clés associés au mot ou à l'adresse Internet que vous tapez. Ne sélectionnez que les mots-clés en accord éditoriaux et ne transgressant pas les droits d'auteur ou les marques déposées appartenant à des tiers. ?

Rechercher * Langue Pays

Des indications chiffrées sur le volume des mois en cours et du mois précédent sont fournies :

Performance des mots-clés			
Contient le terme		Termes similaires	
<input type="checkbox"/>	Mot-clé	Mois précédent	Mois en cours
<input type="checkbox"/>	gite france	20 928	624
<input type="checkbox"/>	gite	5 491	149
<input type="checkbox"/>	gite rural	1 039	52
<input type="checkbox"/>	location gite	756	33
<input type="checkbox"/>	gite bretagne	597	0

Des termes similaires sont également proposés :

Performance des mots-clés			
Contient le terme		Termes similaires	
<input type="checkbox"/>	Mot-clé	Mois précédent	Mois en cours
<input type="checkbox"/>	location vendee	1 069	18
<input type="checkbox"/>	ipes	65	0
<input type="checkbox"/>	location saisonnieres	629	10
<input type="checkbox"/>	hautes pyrenees	536	39
<input type="checkbox"/>	gite rural	1 039	52

On peut également disposer d'informations très précises sur un ciblage selon l'âge et le sexe des internautes, leur géolocalisation, la période des clics, etc. :

Performance des mots-clés

Page 1 sur 34

Contient le terme	Termes similaires		
<input type="checkbox"/>	Mot-clé	Mois précédent	Mois en cours
<input type="checkbox"/>	gite france	20 928	624
<input type="checkbox"/>	gite	5 491	149
<input type="checkbox"/>	gite rural	1 039	52
<input type="checkbox"/>	location gite	756	33
<input type="checkbox"/>	gite bretagne	597	0

Liste de mots-clés

Afficher le profil Mois précédent Copier Supprimer

<input type="checkbox"/>	Mot-clé	Mois précédent	Mois en cours
<input checked="" type="checkbox"/>	location saisonnieres	629	10
<input checked="" type="checkbox"/>	gite rural	1 039	52
<input checked="" type="checkbox"/>	gite france	20 928	624
<input checked="" type="checkbox"/>	gite	5 491	149
<input checked="" type="checkbox"/>	location gite	756	33
Total		28 843	868

Nbre de clics par jour

Âge et sexe

Géographie

Nbre de clics par jour

—●— Nombre de recherches

Données graphiques de la liste de mots-clés

Cliquez sur un des onglets à gauche pour afficher la représentation graphique de l'audience simulée des mots-clés. Chaque onglet présente une analyse démographique spécifique.

Autre outil très intéressant fourni par MSN dans son interface de création et de suivi des campagnes : un extracteur de mots clés. Vous fournissez l'ul d'un site et l'outil vous liste les termes qui sont le plus souvent identifiés dans ses pages... Il s'agit d'une source d'information très intéressante pour identifier de nouveaux termes auxquels vous n'auriez pas obligatoirement pensé...

[-] Générateur de mots-clés

Rechercher des mots-clés similaires
 Rechercher les mots-clés de ce site Web
 Rechercher les URL de destination de vos annonces

Site Web :

Rechercher des mots-clés

Termes extraits

Ajouter à la liste de mots-clés

<input type="checkbox"/>	Mot-clé	Mois précédent
<input type="checkbox"/>	france	24 754
<input type="checkbox"/>	alsace	7 605
<input type="checkbox"/>	strasbourg	4 997
<input type="checkbox"/>	français	2 075
<input type="checkbox"/>	promo	2 054
<input type="checkbox"/>	travel	1 826
<input type="checkbox"/>	hotel strasbourg	1 520
<input type="checkbox"/>	reservation	793

Cliquez sur un mot-clé pour afficher les graphiques

MSN adCenter semble avoir voulu, avec le lancement de sa nouvelle plate-forme de liens sponsorisés, fournir des outils pertinents et efficaces permettant de mieux définir sa stratégie de

"keyword marketing". Ces outils devraient grandement vous aider également dans le cadre de votre stratégie de référencement "au sens large"...

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> • Nombreux outils très intéressants. • Indications ciblées (âge, sexe, localisation géographique). • Propose à la fois des données chiffrées et des expressions connexes. • Données complémentaires à celles d'Overture. • Extracteur de mots clés : MSN est le seul prestataire de liens sponsorisés à fournir ce type d'outil. 	<ul style="list-style-type: none"> • Le trafic de MSN adCenter est-il suffisant pour obtenir des données fiables et extrapolables au Web entier ? • Obligation de créer un compte annonceur et de mettre en place (sans payer pour autant, cependant) des campagnes pour avoir accès aux informations partielles de volume. • Ne prend que partiellement en compte les différentes formes du mot : "hotel", "hotels" sont considérés comme différents, "hôtel" et "hotel" comme identiques. Les lettres accentuées ne sont donc pas différenciées. • Seules deux langues (français et anglais) sont disponibles pour l'instant.

Comparatif général

	Yahoo Search Marketing	Miva	Google	MSN
Volumes chiffrés fournis				
Nombre de mois pour données chiffrées	1 (mois précédent)	1 (mois précédent)		2 (mois en cours + précédent)
Coefficient multiplicateur *	10	Non significatif	--	30
Ciblage (âge, sexe, etc.)				
Proposition de termes similaires				
Proposition d'expressions connexes contenant le mot clé demandé				
Prise en compte des différentes formes de mots				<i>Lettres accentuées non prises en compte</i>
Extracteur de mots clés sur site web				
Obligation de créer un compte pour avoir accès aux outils				
Nombre de langues traitées (langues principales)	16	8	41	2 (FR, EN)

** Le coefficient multiplicateur est le nombre par lequel il faut multiplier les chiffres de volume fournis par les différents outils pour extrapoler les données sur le Web complet.*

Conclusion

Cette première étude comparative illustre assez bien notre introduction : il n'existe pas d'outils de génération de mots clés parfait. Chacun amène ses fonctionnalités, ses avantages mais souffre également de certains inconvénients, parfois sciemment négligés par leur prestataire (il semble clair que Google ne désire pas fournir de données chiffrées au sujet du nombre de requêtes sur son moteur). Ceci dit, nous avons été très agréablement surpris par l'outil de MSN adCenter, qui est certainement le meilleur système, et le plus complet, pour définir une stratégie de choix de mots clés. On rêve de l'outil de MSN associé au trafic de Google, voire même à celui d'Overture, et en accès libre, sans nécessité d'ouvrir un compte d'annonceur adCenter. Peut-être pour bientôt ?

Le mois prochain, nous étudierons d'autres outils de ce type, avant de terminer cette série d'articles par une proposition de stratégie de mise en oeuvre d'une politique de "keyword marketing"...