

Les générateurs de mots clés : comparatif des outils de Google, Yahoo! Search Marketing, Microsoft adCenter et Miva

[Retour au sommaire de la lettre](#)

La plupart des régies publicitaires de liens sponsorisés proposent aujourd'hui des outils baptisés "générateurs de mots clés", très utiles pour savoir si une requête est souvent tapée - ou non - sur les moteurs de recherche. Voici un comparatif complet de cinq outils en ligne proposés par les quatre plus importantes régies (Yahoo! en proposant deux, ancienne et nouvelle version intégrée à sa plate-forme Panama). Un article qui vous permettra de mieux choisir l'outil à prendre en compte en fonction de vos attentes, les résultats proposés étant bien souvent très différents d'un site à l'autre...

Dans le cadre d'une stratégie de référencement, voire même d'une recherche d'information sur le Web, l'essentiel est de ne pas se tromper dans le choix de ses mots clés. Pour cela, il existe plusieurs voies stratégiques dont nous avons déjà parlé dans le passé au sein de cette lettre professionnelle. Mais, parmi les différentes possibilités et divers outils disponibles pour effectuer le meilleur choix possible, les générateurs de mots clés proposés par les prestataires de liens sponsorisés sont une option souvent indispensable...

Aussi, dans cet article, nous allons essayer de comparer (lorsque cela est possible) les différents outils proposés par quatre des principales régies du marché : Google, Yahoo! (à la fois à travers son outil bien connu sous l'ancien nom d'Overture et celui intégré à sa nouvelle plate-forme Panama), Microsoft et Miva. Commençons cette petite revue d'effectif par un comparatif général de ces cinq systèmes...

Caractéristiques générales

Dans un premier temps, étudions chaque outil de façon générale et regardons quelles sont leurs principales caractéristiques :

Google (<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>) : l'outil, dans un premier temps uniquement disponible dans l'outil de gestion de comptes Google AdWords, connaît maintenant une version libre d'usage, même si l'on n'est pas annonceur chez Google.

Overture (<http://inventory.fr.overture.com/d/searchinventory/suggestion/>) : plus connu, encore maintenant, sous le nom de "générateur de mots clés d'Overture", de l'ancien nom de Yahoo! Search Marketing (notamment du fait de son url "ancienne"), il est certainement l'un des outils de ce type les plus utilisés, certainement de par le fait qu'il fournit des indications chiffrées précises, et ce malgré sa lenteur patente et la fraîcheur relativement faible des infos fournies (parfois plus de 5 mois de décalage entre le mois proposé et celui en cours...).

Yahoo! Panama (http://login.marketingsolutions.yahoo.com/fr_FR/) : nouvelle version de l'outil d'Overture (ce dernier y survivra-t-il ? Mystère...), la solution intégrée dans la nouvelle plate-forme de gestion des mots clés Panama nécessite malheureusement d'ouvrir un compte chez YSM et ne fournit plus que des fourchettes assez imprécises mais en voie d'amélioration, nous dit-on chez Yahoo!. On y accède par l'option "Ajouter des mots clés" dans l'interface Panama de gestion des campagnes.

Microsoft AdCenter (<https://adcenter.microsoft.com/default.aspx?mkt=fr-fr>) : chez Microsoft également, il est obligatoire d'avoir un compte annonceurs pour se servir de l'outil de génération de mots clés. On y accède par le biais de l'onglet "mots clés" dans l'interface de gestion de campagnes AdCenter. Notons qu'il s'agit ici du seul outil qui fournit ses statistiques à la fois sur le mois en cours et sur le mois précédent.

Miva (<https://account.fr.miva.com/advertiser/Account/Popups/KeywordGenBox.asp>) propose l'un des plus anciens outils de ce type, peut-être légèrement pénalisé par le fait que le réseau Miva est largement majoritaire en termes de liens contextuels, ce qui peut biaiser parfois fortement les chiffres fournis.

Comparatif des caractéristiques générales de différents générateurs de mots clés

Caractéristiques	Google	Overture	Yahoo!	Microsoft	Miva
Nécessité d'avoir un compte chez le prestataire	NON	NON	OUI	OUI	NON
Indications statistiques	Par fourchettes graphique 	Chiffrées	Par fouchettes chiffrées	Chiffrées	Chiffrées
Saisie d'un code de sécurité (captcha)	OUI	NON	NON	NON	OUI
Données affichées	Volume de recherche, tendances mensuelles, coût par mot clé, positionnement du lien sponsorisé, mots clés négatifs possibles	Volume de recherche	Volume de recherche, possibilité de choisir des mots connexes	Volume de recherche	Volume de recherche
Possibilités de tri	Par volume, par aspect concurrentiel entre annonceurs, par coût et position pour chaque mot clé, par mois le plus demandé	Par volume	Par volume	Par volume	Par volume
Options	Possibilité de demander ou non des synonymes, de changer le ciblage (<i>broad</i> , <i>exact</i> ...)	--	Possibilité de donner des termes négatifs ou devant figurer obligatoirement devant chaque expression	Possibilité de demandes des synonymes ou expressions similaires	--
Volume des stats	sur 1 mois (mois précédent)	sur 1 mois (souvent plusieurs mois de décalage par rapport au mois courant)	sur 1 mois (chiffres de la semaine précédente -2 jours extrapolés sur un mois)	sur 2 mois (mois en cours + mois précédent)	sur 1 mois (mois précédent)
Possibilité d'export des données au format Excel	OUI	NON	OUI	OUI	NON
Prise en compte des lettres accentuées	OUI	NON	NON	NON	NON
Prise en compte des pluriels	OUI	NON	NON	OUI	OUI

prise en compte des différentes formes de mots (masculin/féminin, etc.)	OUI	NON	NON	OUI	OUI
---	-----	-----	-----	-----	-----

On notera ici que seul Google prend en compte la forme du mot tel qu'il est saisi (accents, singulier/pluriel, etc.). On regrettera en revanche que les barres graphiques fournies par cet outil ne soient pas assez précises, quantitativement parlant.

Nombre de résultats fournis

Premier point testé : pour les quatre outils affichant un nombre de résultats chiffré (Google est donc hors course), nous avons saisi 10 mots clés (5 mots clés très génériques, 5 mots plus "rares") et regardé combien de fois ils avaient été demandés pour chaque générateur.

Mots clés	Google	Overture	Yahoo!	Microsoft	Miva
credit	--	729 813	??	2 005	19 904 749
auto	--	136 336	??	1 040	868 938
emploi	--	279 601	??	2 933	597 948
musique	--	256 973	??	9 119	657 929
cinema	--	189 237	??	4 634	734 065
moteur	--	12 006	??	121	18 015
calculatrice	--	1 903	0	98	2 411
bouteille	--	2 325	??	63	20 275
arles	--	4 520	??	78	10 071
briquet	--	2 346	??	47	743
L'outil propose-t-il à chaque fois les statistiques sur le mot demandé ?	OUI	OUI	NON	OUI	OUI

Premier constat, vité évident : le générateur de Panama ne renvoie jamais le résultat pour le mot clé demandé mais uniquement pour des expressions le contenant ou pas (requêtes connexes dans ce cas, voir plus loin). Un bug assez incroyable pour un tel outil... Enfin, s'il s'agit d'un bug, bien entendu.. Mais ce simple fait rend cet outil quasi inutilisable. Dommage...

Deux points ensuite interpellent l'utilisateur : les chiffres renvoyés par adCenter (très faibles) et par Miva (très importants). Si le trafic encore assez faible du moteur Live Search peut expliquer les premiers, les résultats fournis par Miva nous semblent excessifs au vu de ses parts de marché en langue française. Est-ce dû au fait que ce prestataire doit une bonne part de son trafic aux liens contextuels ? C'est possible et dans ce cas, il sera difficile de prendre ses résultats pour argent comptant. Dans ce cas, c'est plutôt vers Overture qu'on se tournera pour avoir les chiffres les plus fiables et les plus représentatifs...

Choix des expressions contenant le mot clé demandé

L'une des possibilités les plus intéressantes avec ces outils est de rechercher des expressions contenant le mot recherché. Par exemple, la saisie de "crédit" proposera des requêtes comme "rachat crédit", "crédit auto", etc. Voici, pour les mêmes 10 requêtes, quel est le nombre de propositions différentes fournies par les 5 outils :

Mots clés	Google	Overture	Yahoo!	Microsoft	Miva
crédit	200	100	26	100	100
auto	200	100	8	100	100
emploi	200	100	15	100	100
musique	200	100	16	100	100
cinéma	200	100	10	100	100
moteur	200	100	12	100	100
calculatrice	47	100	0	64	47
bouteille	190	100	6	100	100
arles	132	100	10	100	100
briquet	27	100	1	27	100

A noter que sur Yahoo! Panama, il n'est pas possible de demander uniquement des expressions contenant strictement le mot clé. Des synonymes sont automatiquement ajoutés, ce qui "plombe" bien entendu les chiffres ci-dessus et est bien dommage. Décidemment, cet outil cumule les freins à son utilisation...

On le voit, ici, c'est Google qui remporte la mise avec un plus grand nombre de réponses par défaut (200 alors que ses concurrents s'arrêtent à 100) et une plus grande diversité d'expressions proposées. Overture, Microsoft et Miva sont ensuite assez proches les uns des autres sur ce critère...

Choix des mots connexes et expressions similaires

Ici, nous avons testé combien de mots et expressions similaires (suite de mots connexes, synonymes) que les outils permettant ce type de recherche affichent. Ici, nous avons donc compté les expressions proposées et ne contenant pas le(s) terme(s) demandé(s) au départ.

Mots clés	Google	Overture	Yahoo!	Microsoft	Miva
crédit	50	--	24	6	--
auto	50	--	42	10	--
emploi	50	--	35	8	--
musique	50	--	34	7	--
cinéma	50	--	40	4	--
moteur	41	--	38	7	--
calculatrice	33	--	0	7	--
bouteille	17	--	44	7	--
arles	28	--	40	8	--
briquet	27	--	49	7	--

Miva et Overture ne proposent pas, dans leurs résultats, d'expressions similaires et synonymes. *Exit* donc... Yahoo! (Panama) les affichent, on l'a vu précédemment, par défaut. Seuls Google et AdCenter permettent le choix de les ajouter ou non à la liste. Il faut bien avouer que l'outil de Microsoft est assez "léger" sur ce critère, que ce soit au niveau qualitatif comme quantitatif. Bref, Google sera considéré comme le meilleur sur ce critère (il affiche de plus les expressions connexes dans un tableau à la suite des expressions contenant le terme demandé, ce qui est beaucoup plus clair), mais son outsider reste Yahoo!.

Choix des mots extraits d'une page ou d'un site web

Trois outils, enfin, permettent d'effectuer des recherches en extrayant des mots clés d'une page web ou d'un site. Nous avons fait un test sur 5 sites, aux pages plus ou moins fournies, en termes de textes.

Sites web	Google	Overture	Yahoo!	Microsoft	Miva
www.abondance.com	36 (page) 36 (site)	--	50	4	--
www.zdnet.fr	9 (page) 161 (site)	--	0	7	--
www.google.fr	53 (page) 142 (site)	--	50	9	--
www.louisvuitton.com	0 (page) 4 (site)	--	50	7	--
fr.wikipedia.org	5 (page) 186 (site)	--	50	4	--

- Google propose le choix d'effectuer la recherche soit sur la page dont l'adresse est fournie, soit sur cette page plus les liens sortants qui y sont attachés.
- Yahoo! oblige à saisir un mot clé en plus de l'url, ce qui est assez étrange ? De plus, les mots clés trouvés par cet outil n'ont rien à voir avec le site demandé... Inutilisable...
- adCenter n'indique pas si les mots clés sont extraits strictement de la page demandée ou du site web entier. Les résultats sont également très faibles au niveau quantitatif et, du coup, difficilement utilisables...
- Overture et Miva ne proposent pas un tel outil.

Conclusion

En conclusion, on s'apercevra vite que l'outil de Google est aujourd'hui le meilleur d'une façon générale même s'il souffre d'un défaut majeur avec l'absence de données réellement chiffrées qui pourraient donner une approche quantitative bien plus professionnelle que les mini-barres graphiques actuelles. C'est l'un de ses seuls défauts mais il est de taille.

L'outil d'Overture reste intéressant justement sur ce point. Il est clair qu'un outil qui présenterait les caractéristiques des générateurs de Google et d'Overture serait assez proche de l'idéal. Peut-être pour bientôt ?

Quant à l'outil de Yahoo! (Panama), il nous semble aujourd'hui inutilisable en l'état tant le nombre d'inconvénients qu'il cumule est important. Le générateur d'adCenter est intéressant en termes de fonctionnalités mais il semble pénalisé par son faible volume de données et donc la représentativité de ses résultats. Celui de Miva est également intéressant mais la fiabilité des chiffres fournis reste à démontrer...

Olivier Andrieu

Réagissez à cet article sur le blog des abonnés d'Abondance :
<http://abonnes.abondance.com/blogpro/2007/10/octobre-2007-les-generateurs-de-mots-cls.html>