

SerpArchive : un nouvel outil de veille innovant

[Retour au sommaire de la lettre](#)

SerpArchive est un outil de veille étonnant et innovant qui propose de nombreuses fonctionnalités pour suivre des liens dans les pages de résultats de Google, Live Search et Yahoo!. De nombreux profils d'utilisateurs y trouveront leur bonheur, qu'ils soient chercheurs d'information, veilleurs, référenceurs et même publicitaires ! Voici un descriptif de ses principales fonctions...

Le site SerpArchive (pour *Search Engine Results Page Archive*), disponible à l'adresse <http://www.serparchive.org/>, est un service pas si récent que cela (la bêta a été mise en ligne en avril 2007), qui selon nous n'a pas encore suffisamment fait parler de lui tant les services qu'il propose aux veilleurs, comme aux chargés de référencement, sont de qualité.

Utilisé « basiquement » (car nous verrons plus loin qu'il offre bien d'autres possibilités plus avancées...), il a pour objectif de vous permettre de surveiller l'évolution du nombre de résultats d'une ou plusieurs requêtes dans les principaux moteurs de recherche, à savoir Google, MSN, Yahoo ! et... le russe Yandex. SerpArchiv est en effet un outil qui nous vient du froid, de Russie plus précisément.

Pour l'utiliser vous devrez évidemment commencer par vous y inscrire (gratuitement). Vous arriverez alors sur une interface dont il faut bien reconnaître que la simplicité n'est pas sa qualité première...

The screenshot displays the SerpArchive web application. At the top, there's a navigation bar with the SerpArchive logo and links for AdSense, PageRank, Cache, and various search engines (Google, MSN, Yahoo, Yandex). Below this, a calendar for October 2007 is visible. The main content area features a search filter section with options for 'start', 'content', and 'regex'. A table of search results is shown for the keyword 'Intelligence économique', with columns for different search engines and their respective result counts. The interface also includes a 'Project list' section and a 'Save' button.

Comme un exemple vaut toujours mieux qu'un long discours, supposons que nous souhaitions mettre sous surveillance le domaine d'activité que constitue l'intelligence économique. Dans un premier temps nous allons créer un nouveau projet dans la « Project list », accessible en haut, au milieu de la page d'accueil. Nous l'appellerons « Surveillance IE ».

Nous nous rendons ensuite dans la fenêtre permettant d'ajouter des mots-clés et entrons l'expression "intelligence économique" (avec les guillemets) puis cliquons sur le bouton « Save ». L'expression apparaît alors aussitôt au milieu de la page. On y voit le nombre de résultats qu'elle a fourni par jour dans Google pour la dernière semaine. Si l'on veut obtenir des résultats similaires dans MSN et Yahoo ! il suffit de sélectionner l'expression puis de choisir dans le menu déroulant « Copy to MSN » ou « Copy to Yahoo ! ». Cette opération n'a besoin d'être réalisée qu'une seule fois. Nous pouvons aussi rajouter dans notre dossier les expressions « veille » et « influence ».

Entrons maintenant dans le détail des résultats. Si nous cliquons sur les 1 660 000 résultats du 9 octobre 2007 pour l'expression « intelligence économique » nous n'obtenons pas l'ensemble de ceux-ci mais uniquement les 100 premiers. En face de chacun d'eux un petit tableau nous montre les évolutions de position qu'il a connu durant les 5 derniers jours (voir illustration ci-dessus). Ainsi nous pouvons nous apercevoir que la page de Wikipedia consacrée à l'intelligence économique n'a pas quitté la première position depuis 5 jours.

A *contrario*, si nous descendons un peu dans nos résultats pour trouver la page contenant le cahier au format pdf que le Ministère de l'Industrie consacre à ce thème (<http://www.industrie.gouv.fr/biblioth/docu/kiosque/cahiers/pdf/c0064.pdf>), nous observons qu'il est passé en 5 jours de la 11^{ème} à la 7^{ème} place. Si nous voulons remonter à plus de cinq jours, il est possible d'utiliser l'option « Change positions » qui permet de générer un rapport avec des dates personnalisées.

Notez également, à côté de chaque résultat, l'icône PR qui nous permet de mettre sous surveillance son PageRank en un clic et dont nous reparlerons. Placé juste à côté de celle-ci un système d'étoile nous permet de noter les résultats qui nous intéressent, mais surtout de les indiquer au service comme favoris (bookmarks), un détail qui a son importance.

En effet, c'est aussi à ce niveau que vous trouverez des options de filtrage particulièrement efficaces (barre grise au-dessus des résultats). Vous disposez ici d'un menu déroulant qui vous permet d'afficher au choix :

- Tous les liens.
- Vos liens favoris (ceux que vous venez de marquer avec des étoiles).
- Seulement les nouveaux liens depuis le jour précédent (sur les 100 pris en compte).
- Seulement les anciens liens.

La deuxième option vous permet donc, par exemple, d'effectuer un filtrage par concurrents alors que la troisième mettra en évidence les nouveaux entrants.

Une cinquième option vous offre la possibilité d'exporter le tableau de données que vous avez sous les yeux au format .csv et donc de pouvoir le récupérer dans Excel pour traitements complémentaires.

Un outil de monitoring redoutable

SerpArchive ne permet pas d'interroger des mots-clés pour des pages web précises afin par exemple d'en suivre le positionnement. Il donne « seulement » les 100 premières pages et l'on peut considérer que c'est une faiblesse de sa part. Tout comme on peut considérer que, tant qu'il n'est pas dans les cent premiers, la surveillance d'un site a une importance toute relative...

En fait le service permet bien de monitorer des urls mais il le fait pour deux opérations particulières, le suivi du PageRank et le suivi du cache Google. Pour cela il faut vous rendre dans le menu « Statistics » en haut de la page à gauche et sélectionner l'un de ces deux items. Vous pourrez alors suivre l'évolution du PR de vos pages et, lorsque vous cliquerez sur le chiffre indiqué, vous obtiendrez le détail de ce classement pour 45 *datacenters* Google. Quant au cache, il vous indiquera quand une page a été stockée pour la dernière fois et effectuera un suivi de ces différents enregistrements.

Ces nombreuses possibilités suffiraient à rendre SerpArchive intéressant, et pourtant ce n'est pas tout.

L'une des fonctionnalités particulièrement utiles de ce service, notamment si vous faites de la veille, est la possibilité de surveiller des campagnes AdWords/AdSense en l'interrogeant par mots-clés. Il suffit pour cela de cliquer sur « AdSense », toujours via le menu « Statistics ». Si, par exemple, vous êtes un fabricant de téléphones portables et que vous voulez suivre les actions publicitaires de votre concurrent Nokia, il vous suffit maintenant de taper son nom dans la fenêtre réservée à cet effet et de faire « Save ». Comme avec la surveillance par mots-clés évoquée précédemment vous obtenez alors un tableau chronologique qui vous indique le nombre de bandeaux publicitaires qui l'utilisent. En cliquant sur les liens proposés vous obtenez la liste des adresses des pages contenant ces bandeaux que vous pouvez alors visiter.

On peut donc tout à fait imaginer utiliser SerpArchive pour suivre l'activité de ses concurrents sur le web *via* un dossier au nom de l'entreprise à surveiller qui contiendrait :

- Les mots-clés sur lesquels elle est positionnée dans les cent premiers résultats de Google, MSN et Yahoo !
- Le PageRank de ses pages.
- Les campagnes publicitaires qu'il lance via les liens sponsorisés AdWords/AdSense.

Serparchiv peut aussi être utilisé tout simplement pour surveiller l'apparition de nouvelles pages en fonction de requêtes spécifiques. Sa gestion fine de la chronologie peut d'ailleurs le faire préférer à un logiciel de monitoring classique de type Copernic Agent. Profitons-en pour noter l'apparition le mois dernier d'une fonctionnalité avancée de Google étonnamment peu commentée qui permet pourtant d'affiner une requête par période : dernières 24 heures, semaine dernière, mois dernier,... La date retenue semble être celle de l'indexation sauf pour les billets des blogs, par défaut mieux datés.

Enfin, si l'on doit travailler sur un marché que l'on découvre, il peut permettre de voir quelles sont les sociétés qui constituent le cœur d'un marché en observant, par exemple sur une période d'un mois, les 20 ou 30 qui font la course en tête, mais aussi de repérer les nouveaux entrants via les fonctionnalités de filtrage déjà évoquées.

Lorsque nous aurons ajouté que SerpArchive est désormais intégré dans l'indispensable *plugin* Firefox SeoQuake (<https://addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/3036>), vous comprendrez qu'il serait dommage de ne pas lui donner sa chance...

Christophe Deschamps

Responsable du blog Outils Froids (<http://www.outilsfroids.net/>)

Réagissez à cet article sur le blog des abonnés d'Abondance :
<http://abonnes.abondance.com/blogpro/2007/10/octobre-2007-serparchive-un-nouvel.html>