Google Suggest : quel impact pour le référencement ?

Retour au sommaire de la lettre

Domaine :	Recherche	**Référencement**
Niveau :	**Pour tous**	Avancé

Depuis l'été 2008, Google propose sur sa page d'accueil l'outil "Google Suggest" qui affiche, au fur et à mesure de la frappe d'un mot clé dans le formulaire de recherche, des propositions de requêtes. Comment ces expressions sont-elles choisies par le moteur ? Est-il le seul outil de recherche à proposer une telle fonctionnalité ? Comment se servir de ces données pour optimiser le référencement de son site web ? Voici quelques pistes d'exploration...

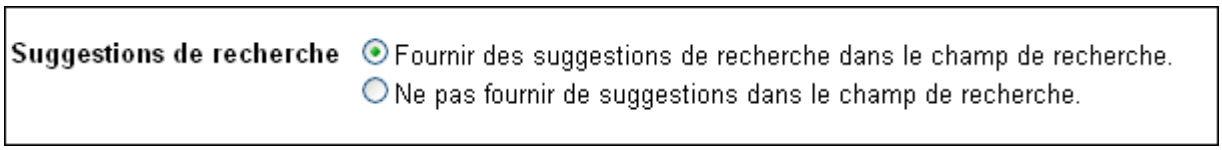
Lancement de Google Suggest

Comme souvent chez Google, les expérimentations ont précédé le lancement officiel d'une nouvelle fonctionnalité. Un article daté du mois d'août 2008 (http://googleblog.blogspot.com/2008/08/at-loss-for-words.html) commence à parler du déploiement de Google Suggest sur le portail web. En réalité Google Suggest était proposé par Google Labs depuis décembre 2004 ! (voir http://www.zorgloob.com/2004/12/google-suggest.asp).

Un autre article (http://googleblog.blogspot.com/2008/09/update-to-google-suggest.html), paru en septembre 2008, expliquait le fonctionnement de l'outil et plus récemment, en mars 2009, Google annonçait l'arrivée des suggestions localisées dans le champ de recherche (http://googleblog.blogspot.com/2009/03/local-flavor-for-google-suggest.html).

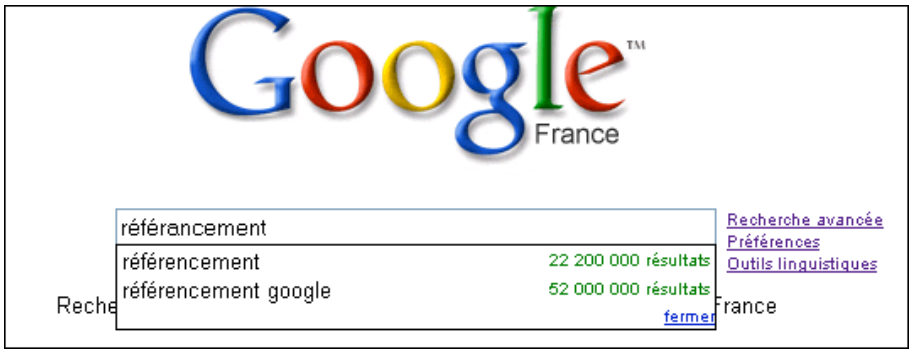
Aujourd'hui Google Suggest est en place et la fonctionnalité est rentrée dans les mœurs. Toute requête tapée dans le champ de recherche s'accompagne d'une liste de suggestions, basées sur le mot clé tapé :

Cette fonctionnalité peut facilement être désactivée en allant dans la page Préférences de Google :



Actuellement, Google Suggest est proposé sur le portail de recherche web, mais aussi sur Google Images, Google Vidéo et Youtube.

Outre les suggestions de recherche, Google Suggest est également capable de corriger les requêtes des utilisateurs, ce qui apporte un confort d'utilisation indéniable.



Le nombre de résultats de recherche est purement indicatif et il se révèle le plus souvent différent du nombre affiché après avoir effectué une requête...

Google Suggest : comment ça marche ?

Pour avoir des informations sur le fonctionnement de ce service, le plus simple est de consulter la documentation disponible sur Google Labs (http://labs.google.com/suggestfaq.html).

"Notre algorithme utilise un large champ d'informations pour prédire les requêtes que les utilisateurs aimeraient voir s'afficher. Par exemple Google Suggest utilise des données sur la popularité de différentes recherches pour aider à classer les suggestions. Un exemple de ce type d'information de popularité peut être trouvé sur Google Zeitgeist. Google Suggest ne base pas ses suggestions sur votre historique personnel de navigation"
"Nous essayons de ne pas proposer de requêtes qui pourraient être offensantes pour une large audience d'utilisateurs. Ceci inclut les mots explicitement pornographiques ainsi que des requêtes qui pointent vers des sites pornographiques, les mots grossiers, les termes de haine et de violence."

Google Suggest propose donc des expressions en fonction de leur popularité, et en excluant les expressions jugées inappropriées. C'est cette notion de "popularité" qui est difficile à appréhender...

Un article de SEO by the Sea, intitulé "*Can Google read your mind ? Processing predictive queries*" (http://www.seobythesea.com/?p=69) évoque la fréquence de requêtes utilisateur, la fraîcheur des requêtes, et l'utilisation d'un dictionnaire pour sortir les termes suggérés. L'outil aurait été développé après le rachat de Kaltix en 2003, une société qui travaillait sur la personnalisation des résultats de recherche (voir http://c.asselin.free.fr/french/aout03/Kaltix.htm).

Ce qui est certain c'est que Google Suggest propose des résultats rafraîchis en permanence, en fonction de l'activité des internautes sur le web. Il s'agit d'un outil dynamique qui montre les recherches les plus populaires en rapport avec un terme donné, de façon purement algorithmique.

Les concurrents de Google Suggest

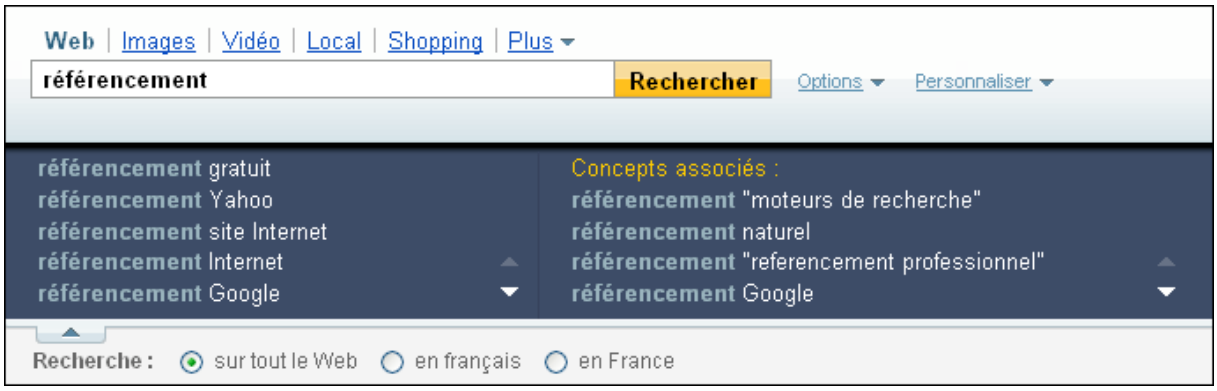
Google n'est pas le premier moteur à vouloir aider les internautes grâce à la suggestion de requêtes. Cette fonctionnalité est en effet actuellement proposée par un large panel de moteurs de recherche. Voici des exemples de suggestion de recherche dans Ask, Yahoo et Live Search :

Dans les faits, il est difficile de dire quel moteur a la paternité de la recherche prédictive. Ask.com est un des premiers moteurs à avoir proposé cette fonctionnalité en 2007, suivi peu de temps après par Yahoo (voir http://ysearchblog.com/2007/07/11/may-i-suggest/) mais le projet est depuis longtemps dans les cartons de Google Labs.

Aucun des moteurs ne livre sa recette des suggestions de recherche, et d'ailleurs chacun propose des termes suggérés différents pour une même requête ! La liste la plus exhaustive semble actuellement être celle qui est proposée par Google.

Néanmoins Yahoo peut créer la surprise, avec une interface "cachée" qui apparaît lorsque que l'on clique sur le lien "*suite*" dans le menu "*Essayez aussi*" proposé au-dessus des résultats de recherche.

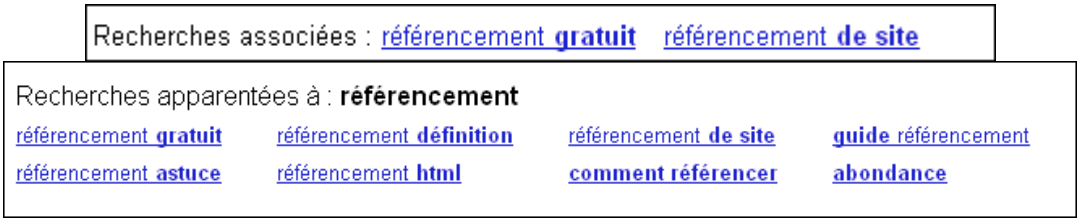
Il apparaît alors une double liste de suggestions de recherche et de concepts associés (option appelée *Search Assist* par Yahoo!), bien plus riche que celle qui est proposée par Google.



Ce module est un fragment de la nouvelle interface de recherche Yahoo, qui apparaît de façon aléatoire sur les postes des internautes. On attend toujours que la nouvelle interface se généralise sur le Web car elle apporte vraiment un plus en termes de présentation.

Concernant les concepts et thèmes associés à une requête, Google reste quand même dans la course avec les *recherches apparentées* et *recherches associées* qui sont proposées directement dans les résultats de recherche.

La différence essentielle entre les *suggestions de recherche* et les *recherches apparentées* ou *associées*, est que ces dernières proposent des concepts liées à la requête utilisateur, tandis que les suggestions utilisent de façon stricte les mots clés tapés par les internautes.
Sur la requête "référencement" dans Google, on peut par exemple avoir les propositions suivantes, respectivement en haut et en bas de page :



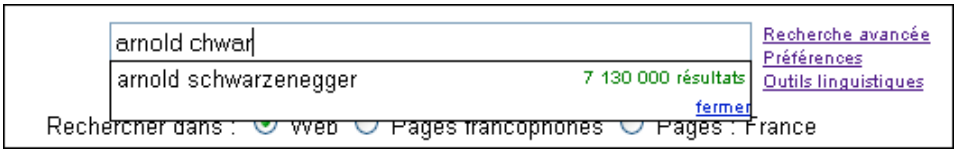
Les premières associent d'autres mots clés à celui initialement demandé, alors que les secondes peuvent proposer des termes plus génériques, des synonymes, des concepts, etc. : *comment référencer*, *abondance*, etc.

Google Suggest et le référencement

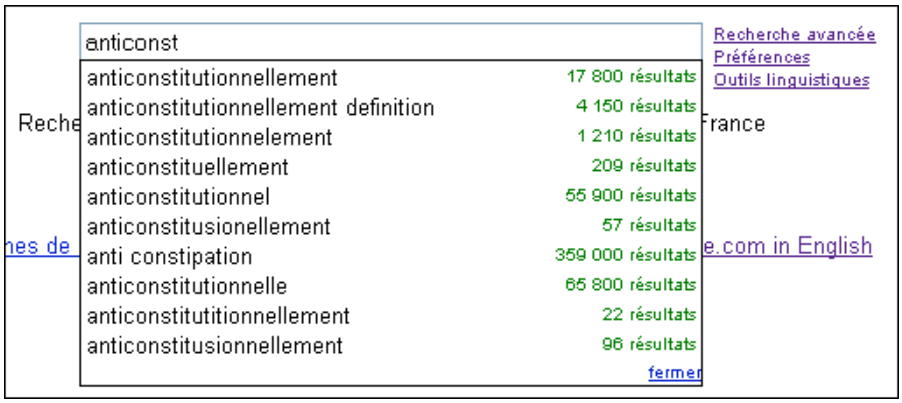
Quel est l'impact de Google Suggest pour le référencement ? Il est clair que ce service largement répandu a des conséquences sur le comportement des internautes.

1. La correction des requêtes

La correction des termes tapés est peut-être l'aspect le plus sympathique de Google Suggest. Si vous ne vous souvenez plus du nom de votre acteur préféré ou si vous êtes fâché avec les complications de l'orthographe française, Google Suggest est votre ami.

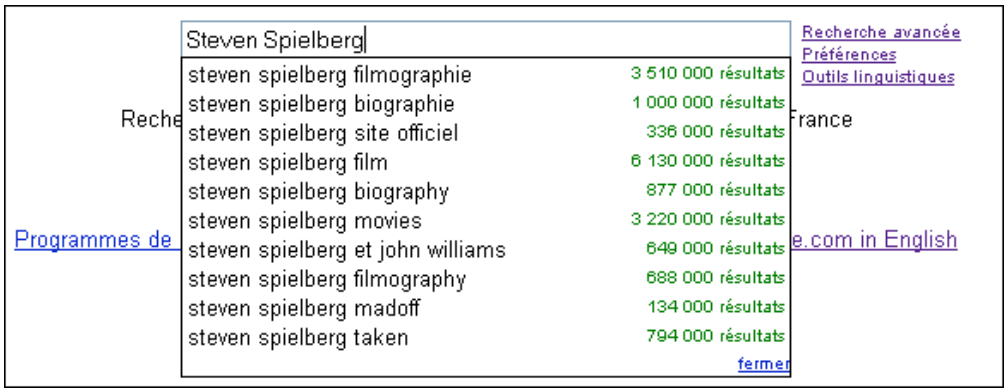


Attention néanmoins : Google Suggest n'est pas un correcteur orthographique. Il affiche seulement les requêtes les plus tapées par les internautes. Or comme il existe de nombreux internautes brouillés avec l'orthographe, il ne faut pas forcément se fier à ce que ressort cet outil... L'exemple ci-dessous est assez parlant.



La conséquence pour le référencement est néanmoins que l'utilisation de mots clés correctement orthographiés est incontournable, et qu'il faudra vite perdre la fâcheuse habitude de tenter de positionner un site sur des erreurs d'écriture (exemple : "*référancement*", "*référencemment*", "*rférencement*", etc.) ou alors uniquement sur des fautes de frappe ou d'orthographe qui auront été révélées par Google Suggest (puisque cela voudra dire qu'elles sont fréquemment saisies...). L'outil peut donc finalement s'avérer être un détecteur de fautes d'écriture assez performant...

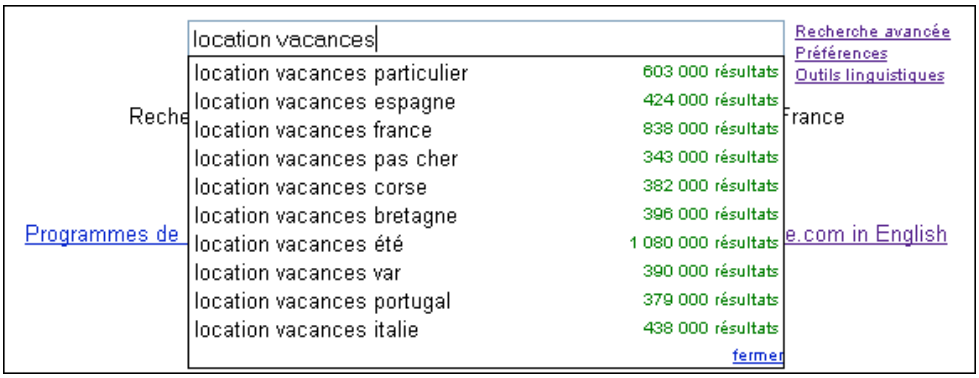
Les internautes auront en effet de plus en plus tendance à cliquer sur le premier résultat Suggest, qui est aussi le résultat le plus correctement orthographié (du moins dans la majorité des cas).
On constate aussi que l'utilisation de majuscules n'a aucun impact sur la suggestion de recherche, Google prenant le parti de tout proposer en minuscules.



2. Les requêtes composées

A partir d'un simple mot clé, Google Suggest propose une liste de mots clés composés, ce qui a un impact certain sur le référencement. L'aspect positif est qu'il est désormais possible de se positionner sur une requête fortement concurrentielle. Prenons l'exemple du terme ultra générique "*location vacances*" (pas moins de 115 millions de résultats de recherche dans Yahoo).

Ce terme est difficilement positionnable pour un site lambda, mais fort heureusement Google Suggest propose plusieurs expressions beaucoup plus abordables lorsque l'on tape la requête :



Dans cet exemple, nous pouvons profiter de la forte fréquence de frappe sur "*location vacances*" pour faire apparaître nos pages optimisées sur "*location vacances particulier*" ou "*location vacances France*", requêtes moins concurentielles et sur lesquelles, donc, des résultats pourront être espérés en moins de temps.

- Google Suggest favorise les requêtes complexes, ce qui peut profiter aux sites positionnés sur des mots clés ciblés.

Le revers de la médaille est que la liste de suggestions proposée par Google est très limitée : il s'agit d'un véritable appauvrissement de l'effet "longue traine". Le nombre de mots clés connexes à une requête se limite à une dizaine de termes choisis par Google.
Reprenons l'exemple précédent et imaginons que notre stratégie de référencement porte sur l'expression "*location vacances bord de mer*". Cette expression n'est pas proposée par Google Suggest, elle sera donc beaucoup moins réactive que les expressions proposées aux internautes.

- Google Suggest diminue la visibilité d'un site sur des expressions longue traîne.

On se trouve ici devant un cercle vicieux, car plus une requête est tapée par les internautes, plus elle est populaire et a de chances d'apparaître dans Google Suggest. Les expressions complexes, qui sont peu tapées et donc moins populaires, risquent donc de passer dans les oubliettes du référencement...

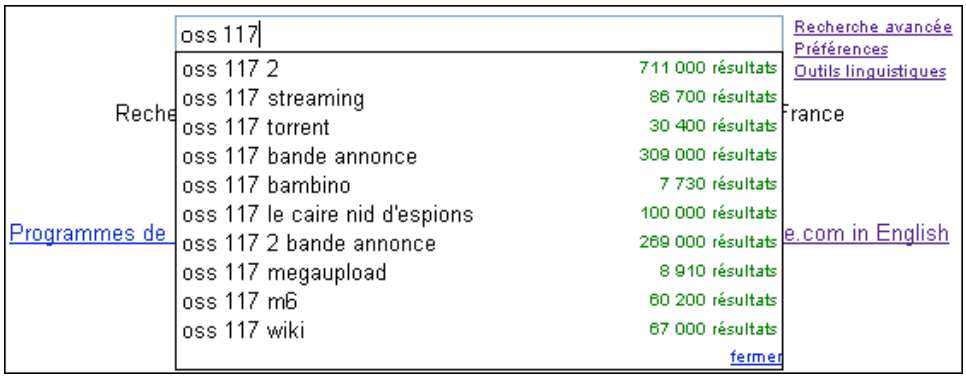
On sait heureusement que les résultats Google Suggest sont régulièrement rafraichis, mais rien ne dit que l'expression "*location vacances bord de mer*" sera suffisamment visible pour générer du trafic.

Le cas cité dans notre exemple est cependant très particulier : dans la majorité des cas, les internautes ne vont pas utiliser Google pour choisir leur destination de vacances ! On sait qu'ils vont taper des requêtes ciblées (par exemples "location vacances en Bretagne", ce qui devrait diminuer les "dégâts collatéraux" sur le positionnement des sites dans Google.

3. Le contrôle de l'information

Il est absolument impossible de contrôler les informations proposées par Google Suggest, celui-ci utilisant les requêtes les plus tapées par les internautes.

La preuve : dans ce contexte, Google peut se transformer en outil d'incitation au téléchargement illégal :



Ou même en outil de dénigrement de personnalité politique :

Ces exemples peuvent faire sourire... Mais il est évident que ce type de requêtes "populaires" peut gravement nuire à l'image d'une personnalité ou d'une marque, et inciter les internautes à consulter des informations peu pertinentes en regard des objectifs d'une marque ou institution.

Comment maîtriser son image sur le web ? Cela risque d'être de plus en plus difficile étant donné le développement exponentiel du web social et la diversité des informations proposées sur le web.

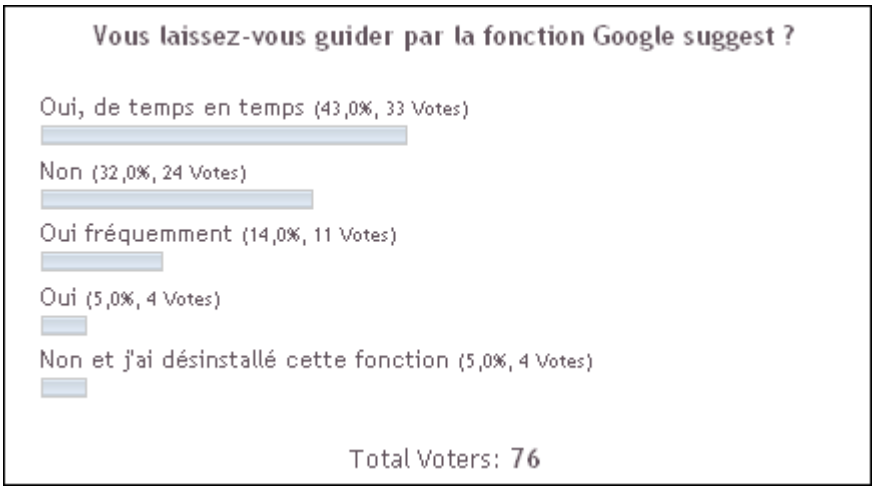
Dans ce contexte Google ne fait que relayer la tendance générale et donne un aperçu de la façon dont une marque, une personnalité, un objet culturel sont perçus par les internautes. Difficile de lutter contre cela, et Google Suggest se révèle être un cadeau empoisonné pour les chargés de communication.

Par contre l'outil peut aussi être utilisé comme un baromètre en temps réel de la popularité sur le web : pour connaître l'image d'une marque auprès des internautes, l'utilisation de Google Suggest peut s'avérer très précieuse.

Conclusion

Google Suggest est en place depuis longtemps et il y a peu de chances que ce type de fonctionnalité disparaisse maintenant que tous les moteurs l'ont adoptée. Il faudra donc s'y faire...

Le blog Seulmaitreabord propose un sondage en ligne à ses visiteurs pour savoir s'ils utilisent Google Suggest. Le résultat est intéressant, même s'il s'adresse probablement à un public d'initiés (voir http://www.seulmaitreabord.info/google/504-sondage-google-suggest-et-vous-ca-fait-un-ou-deux) :

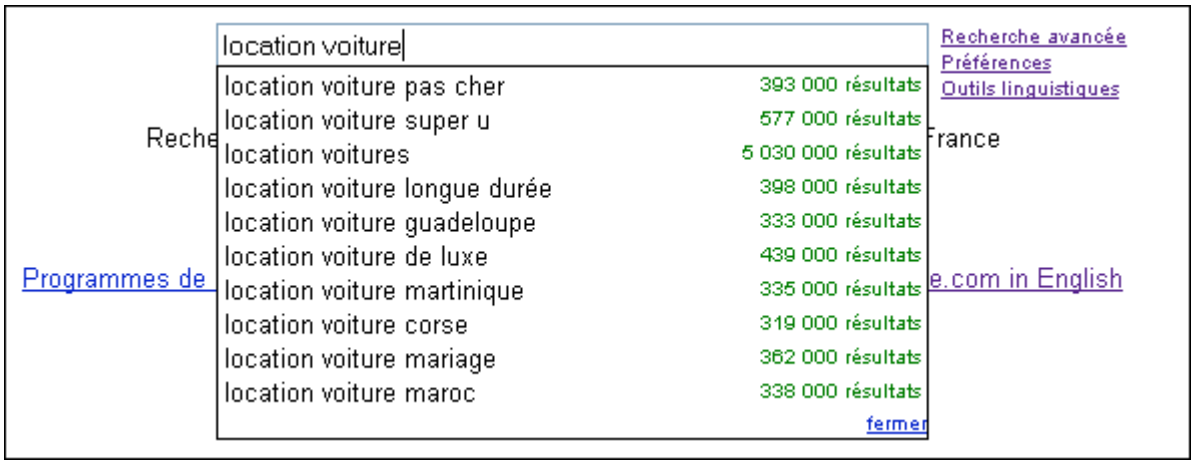


D'après ce sondage (et même si le nombre de votants est assez faible), Google Suggest ne serait pas si incontournable que cela : les internautes utilisant régulièrement la fonctionnalité représentent 19 % des votes.

Il est probable que Suggest soit surtout utilisé pour la correction de requêtes (noms de personnalité, noms de lieux, références de produit...).

Peut-on donc utiliser les suggestions de recherche pour le référencement ? *A priori* les requêtes les plus visibles dans Google Suggest ont plus de chances de générer du trafic. Il est donc intéressant de prendre en compte les expressions affichées dans l'interface.
Le problème est le rafraichissement régulier des suggestions de recherche, qui va impliquer un travail d'analyse sur plusieurs jours, de façon à collecter un maximum de données. Une fois ces données récoltées, il est possible de déterminer des tendances et de connaître les expressions les plus populaires.

D'autre part, est-ce que cet outil est plus intéressant que d'autres outils de suggestion de mots clés, tels que l'outil proposé par Adwords ? Prenons par exemple la requête "*location voiture*". Voici ce qui est proposé par Google Suggest :



Et voici ce qui est proposé par le générateur de mots clés Google Adwords (sans synonymes, classées par volume de recherche local décroissant) :

Mots clés	Position prévisionnelle de l'annonce	Concurrence entre annonceurs	Volume de recherche locale : avril	Type de ciblage : Large
Mots clés en rapport avec le(s) terme(s) entré(s) - trié par pertinence				
location voiture	1 - 3		2 740 000	Ajouter
location de voiture	1 - 3		1 220 000	Ajouter
location voitures	1 - 3		165 000	Ajouter
location voiture pas cher	1 - 3		74 000	Ajouter
location voiture a	1 - 3		49 500	Ajouter
location voiture paris	1 - 3		40 500	Ajouter
location voiture aeroport	1 - 3		27 100	Ajouter
location voiture france	1 - 3		27 100	Ajouter
location voiture mariage	1 - 3		27 100	Ajouter
location voiture corse	1 - 3		22 200	Ajouter

Comme on peut le constater, les résultats varient sensiblement, car basé sur des critères de classement complètement différents. Google Suggest propose en effet des résultats pour un instant T, tandis que le générateur Google Adwords repose sur des statistiques mensuelles.

Les deux outils sont donc complémentaires, tout dépend de ce que l'on recherche : un positionnement sur le long terme (générateur Adwords) ou un positionnement "flash" sur les expressions clés les plus populaires du moment (Google Suggest) ?

Un blog ou un portail d'actualité pourrait profiter des données Google Suggest mais pour un site lambda, peu fréquenté par Google, il vaut mieux se focaliser sur les données Adwords.

Un point également à ne pas oublier : l'outil Google Suggest n'est présent que sur les pages d'accueil des moteurs de recherche de Google. Il n'est pas proposé dans le formulaire présent sur les pages de résultats, qui servent le plus souvent à affiner un résultat. Une donnée qu'il n'est pas inutile de rappeler et qui renforce l'idée que les différentes voies pour trouver des mots clés pertinents pour un référencement sont encore aujourd'hui très complémentaires...

Guillaume Thavaud, cellule de veille (veille@brioude-internet.fr) de la société Brioude-Internet Référencement (http://www.referencement-2000.com/)

Réagissez à cet article sur le blog des abonnés d'Abondance :
http://abonnes.abondance.com/blogpro/2009/05/google-suggest-quel-impact-pour-le.html