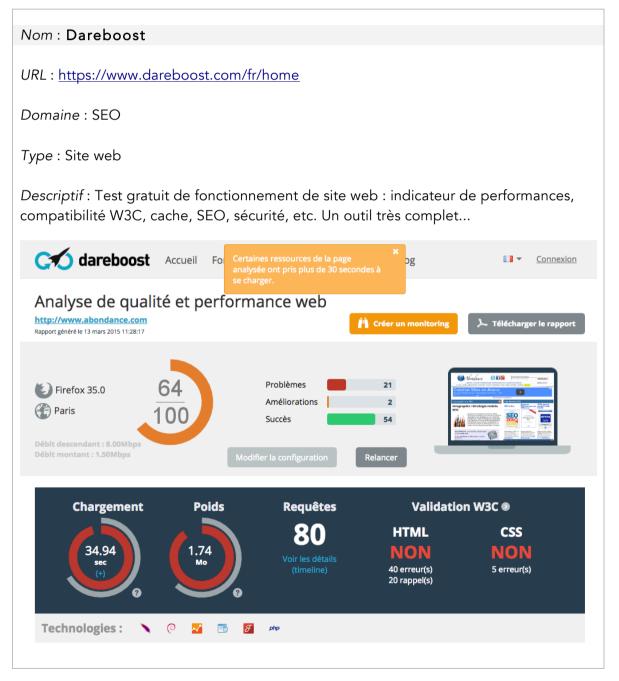
Revue d'outils moteurs et SEO



Par Olivier Andrieu

Cette rubrique signale chaque mois 5 outils (site web, logiciel, plug-ins Firefox...) qui nous ont parus intéressants (ou parfois étonnants...) pour le référencement naturel ou la recherche d'information. Des outils pas obligatoirement très récents, mais parfois méconnus ou qui gagnent à être utilisés selon nous. Chaque outil est décrit en quelques phrases, sous la forme d'une fiche signalétique vous permettant de le tester au plus vite...



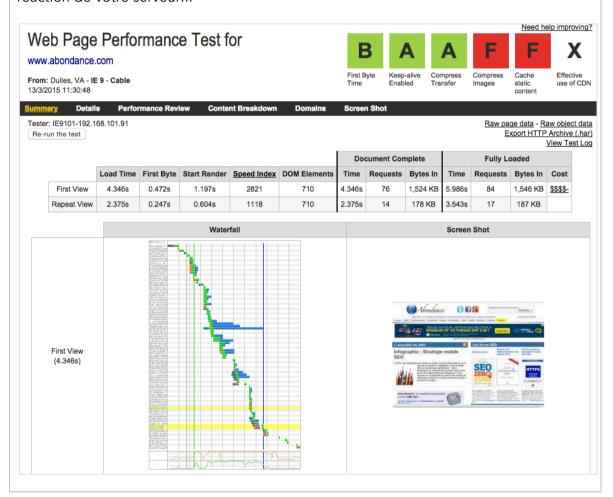
Nom: WebPageTest

URL : http://www.webpagetest.org/

Domaine: SEO

Type: Site web

Descriptif: Un outil qui donne de nombreuses indications d'audit sur votre site, dont le fameux TTFB (*Time To First Byte*), pris en compte par Google pour évaluer le temps de réaction de votre serveur...



Nom: SEO factors

URL : http://www.seo-factors.com/

Domaine: SEO

Type: Site web

Descriptif: Citation reprise de la page d'accueil du site: « L'étude SEO Factors fera appel à une centaine d'experts francophones pour qu'ils donnent leur opinion sur ces facteurs. Le panel des experts sera réparti entre les différentes spécialités du SEO (White hat, Black hat, netlinking, contenu, serveur...), avec des hommes et des femmes, des français, des belges, des suisses et des québécois... ». Une affaire à suivre de très près... Délai: « Le résultat de l'étude sera dévoilé le 22 mai 2015 ».



SEO factors, qu'est-ce que c'est?

Si vous suivez avec attention l'actualité autour du référencement, vous n'avez pas pu rater les différentes études concernant les critères qui jouent sur le positionnement d'une page dans les moteurs de recherche, et évidemment en particulier dans Google.

Vous n'avez probablement pas raté celles qui listent les 200 facteurs qui jouent plus ou moins sur les SERP. Et si vous êtes un minimum calé en SEO, vous n'avez pas appris grand chose en les consultant. Mais entre une liste de critères et l'algorithme de Google, il manque quelque chose d'essentiel : la pondération. En effet, on sait tous que la balise title et l'âge du nom de domaine influent sur la SERP. Mais quelle est la proportion ? La title est-elle aussi importante ? 2 fois plus importante ? 10 fois plus importante ?

Pour y répondre, il faudrait simuler le fonctionnement de Google, qui a des capacités en infrastructure que personne ne peut égaler. Une autre solution plus économique (mais évidemment moins précise) est de faire appel à l'expérience des experts. C'est ce que SEO factors va tenter de faire.

L'étude SEO factors fera appel à une centaine d'experts francophones pour qu'ils donnent leur opinion sur ces facteurs. Le panel des experts sera réparti entre les différentes spécialités du SEO (White hat, Black hat, netlinking, contenu, serveur...), avec des hommes et des femmes, des français, des belges, des suisses et des québécois...

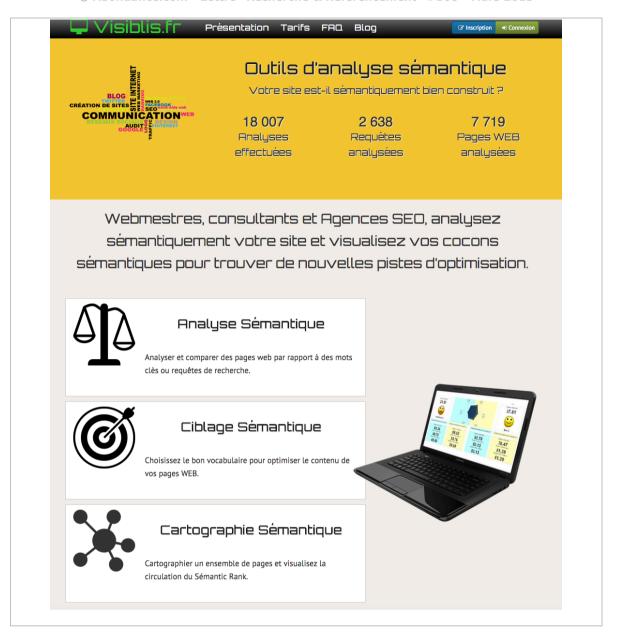
Nom: Visiblis

URL : http://www.visiblis.fr/

Domaine: SEO

Type: Site web

Descriptif: Outil d'analyse sémantique (voir interview de Laurent Bourelly dans ce numéro). Anayse sémantique de vos contenus et optimisation de votre site en conséquence.



Nom: MergeWords

URL : http://mergewords.com/

Domaine: SEO / recherche

Type: Site web

Descriptif : Cet outil « mixe » trois sources de mots clés et vous propose plusieurs combinaisons différentes. Peut notamment être intéressant (entre autres) dans la recherche de nom de domaine.

