

LA LOI DU CHIFFRE SELON GOOGLE

LE 3 NOVEMBRE 2011 CLAIRE BERTHELEMY

Les rapports de force entretenus par Google tiennent aux versions de l'algorithme de son moteur de recherche. La dernière en date, nommée Panda, n'échappe pas à la règle. Illustration à travers le constat d'un libraire en ligne.

Bernard Strainchamps, fondateur de la librairie en ligne **Bibliosurf**, a été **comme d'autres sites**, affecté par la mise en place du nouvel algorithme de Google, nommé Panda. Mis en place début août dans le but de rendre les résultats du moteur de recherche plus pertinents pour l'internaute, il a aussi pénalisé des sites de vente en ligne.

À partir de quel moment avez-vous constaté que vos pages disparaissaient des premiers résultats de Google ? Lorsque vous les avez contactés, quelle a été leur réponse ?

Dès le 15 août, j'ai constaté un retour différent de Google. J'ai écrit alors un billet sur mon blog intitulé ironiquement **Panda n'est-il pas un animal en voie de disparition ?** Comme 70% du chiffre d'affaires est encore généré pas des visiteurs occasionnels qui effectuent une recherche sur Google, un bon référencement est vital pour la librairie Bibliosurf. Je les ai contactés et ils m'ont répondu via mon compte webmaster tools que Bibliosurf n'était pas rentré dans des critères déclassifiants [NDLR : n'était pas une ferme de contenus] mais que l'algorithme évoluait et que cela pouvait entraîner des changements dans le classement.

Dans les faits, les statistiques vous ont montré qu'il y avait une baisse de la fréquentation. Jusqu'à quel point ?

Mon hébergeur a changé son logiciel de statistiques et Bibliosurf est passé d'une version du logiciel SPIP de 1.9 à 2.1. Aussi, c'est difficile de comparer des chiffres qui n'ont pas été produits dans les mêmes conditions. J'estime néanmoins une chute de fréquentation de 30% liée à Google Panda et une chute des commandes de 20% en septembre. Je n'ai pas encore les chiffres d'octobre mais Google Panda continue son travail de sape. La chute pourrait être de 40% ce mois.

Vous procédez à votre propre référencement. Avez-vous fait des modifications par la suite pour améliorer vos résultats ?

Sur Bibliosurf, je fais tout tout seul. Du code aux cartons en passant par les interviews des auteurs et l'animation du site. Je ne suis donc pas un spécialiste du référencement. Par contre, je sais que Bibliosurf a toujours bénéficié d'un très bon référencement sur ce moteur de recherche. **Une étude du MOTIF** [PDF] le montrait déjà en octobre 2010. Vers la mi septembre quand j'ai constaté la baisse drastique du nombre des commandes, j'ai effectué un test avec des titres en vue de la rentrée littéraire pour savoir ce qu'il en était de mes concurrents sur Google. **J'ai alors constaté à mon grand étonnement** que toutes les librairies en ligne étaient touchées sauf la Fnac qui caracolait dans les premières positions des requêtes dans 7 cas sur 10. J'ai regardé comment la Fnac présentait les notices.

On travaille tous avec le contenu dupliqué produit par les éditeurs. Aussi, il n'y a pas de raison qu'une librairie soit privilégiée. Lors de mon analyse, j'ai constaté que la Fnac avait remonté le contenu produit en interne : les commentaires des libraires et des lecteurs. J'ai donc fait de même. Un quart de Bibliosurf est du contenu enrichi : interviews, chroniques des lecteurs et revue de presse. A ce jour, ce changement n'a produit aucun effet.

Selon vous, qu'est ce que peut changer Google Panda à court et long terme pour les librairies telles que la votre et pour celles comme Amazon et la Fnac ?

Le filtre Panda qui chasse le contenu dupliqué est sans doute une bonne chose pour les internautes. Dans les premiers résultats des requêtes, il ne sert à rien que l'internaute ait accès dix fois à la même notice produite par les éditeurs.

Google met d'ailleurs en avant le site de l'éditeur à présent. Mais Google Panda est aussi une machine à gagner de l'argent qui va forcer l'e-commerce à acheter du mot clé payant. Cette semaine, j'ai effectué un test avec 100 euros investis dans les termes "ebook" et "livre numérique". Cela a bien sûr redirigé des internautes vers **ma nouvelle librairie de livres numériques** mais sans générer une hausse du chiffre d'affaire.

Il y a un temps, Internet était un réseau de réseaux. Il a tendance à devenir le réseau de quelques multinationales qui prennent toute la place. Présent sur le web depuis 1997, et sur le web littéraire depuis 1999, je bénéficie aujourd'hui d'une certaine sympathie des bibliothécaires (qui est mon précédent métier), des libraires et des amateurs de littérature, en particulier de polar. Mais cette estime ne se traduit pas par un grand volume de ventes. Il y a les fidèles qui ne veulent pas lâcher leurs libraires et ceux qui sont accros à Amazon. J'espérais beaucoup du numérique mais l'arrivée de lecteurs (reader ou tablette) fermés et liés à une librairie unique type Kindle ne laisse entrevoir que de sombres perspectives.

Non contentes de bénéficier d'une force de frappe financière, ces multinationales délocalisent leurs sièges au Luxembourg pour bénéficier d'une TVA réduite et ainsi vendre des livres subventionnés par l'État empochant au passage un bonus fiscal.

Il y a trois jours, j'ai reçu un aimable tweet qui disait que je n'avais rien compris, qu'il fallait s'adapter ou mourir. En plus de produire 300 interviews en 5 ans, j'ai tenté de nombreuses pistes pour créer un catalogue à taille humaine mouvant qui se configure en fonction des consultations, des avis des lecteurs, de ce qui se dit sur le net, et bien sûr sans oublier ma subjectivité. J'ai par ailleurs innové dans la structuration des données avec une indexation très riche qui utilise des formats dates et la géolocalisation. Je crois que le livre papier ou dématérialisé a besoin de médiateurs : journalistes, libraires, blogueurs, réseaux de lecteurs... Et surtout que la religion de l'algorithme a ses limites.

Illustration Flickr  Belhor_

Vous pouvez retrouver les articles du dossier :

Google gentiment au tribunal de commerce
Google abuse en silence

Illustration de Une Marion Boucharlat

DAVID

le 3 novembre 2011 - 17:21 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Alors rebond rapide sur ce sujet. Effectivement je ne le conteste pas le changement d'algo de Google avec cette version, délicatement appelé Google panda, fait la part belle aux grands compte et à tendance à laisser sur le carreau certains petits sites, souvent à cause de la qualité de conception de ces dits sites.

Cela ne veut pas dire qu'il est impossible de faire apparaître un site même de moyenne ampleur en tête des résultats de recherche mais néanmoins cela nécessite une expertise assez complète de ce qu'est le référencement naturel.

Dans l'exemple de cette librairie en ligne par exemple (suite à un regard rapide en tant que connaisseur de la conception web et du référencement) je peux simplement dire que l'ensemble du site n'est quasiment pas optimisé pour le référencement (pas de mots clefs pertinents dans le contenu texte, pas de balise title optimisée, très peu de contenu rédactionnel en fait tout court etc etc ...)

pour avoir des résultats concrets en positionnement il n'y a pas que les fiches descriptives qui comptent (surtout qd elles sont récupéré depuis les fournisseurs et donc en duplicate content sur une multitude de site) ... il ne faut pas oublier de travailler l'"emballage" entre "" (textes d'introduction des rubriques, texte de présentation, pages annexes dédié à la livraison, aux modes de paiements ...). C'est un peu comme pour des bonbons, si vous mettez les meilleurs bonbons du monde ds un emballage moche à souhait personne n'en voudra. là les moteurs se disent hmm ce site est pauvre en texte et les seuls que je vois existent aussi sur 15 autres sites ... à ce moment oui sanction la qualité du site est revu à la baisse et donc chute du trafic.

Alors en résumé oui google panda peut être problématique pour les petites boutiques qui vont devoir soit investir dans de la vraie campagne de référencement (pas nécessairement payante) ou alors devoir d'intéresser de plus près aux techniques de référencement ce qui prends du temps et donc de l'argent également.

Il en reste que jusque présent et placé du point de vue internaute cela produit aussi l'effet que se sont les sites les mieux travaillé qui arrivent en première position ce qui

n'est pas un mal en soit ... mais oui il faudra du coup s'attendre à retrouver ceux qui ont les moyens de payer une prestation SEO devant par la même occasion.

Si le propriétaire de la librairie souhaite qq conseils rapides par email sur comment structurer ses pages, je veux bien lui donner qq tuyaux rapides par email ^^

VOUS AIMEZ



2

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

BS

le 3 novembre 2011 - 17:58 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@David Un libraire n'est pas un spécialiste du référencement. Aussi, je suis preneur de tous conseils <http://www.bibliosurf.com/> Ecrire-a-bibliosurf-com_

Par contre, avant d'écrire, prenez en compte que Bibliosurf a encore ce jour 3 à 4000 visiteurs/jour avec des entrées très fortes sur ce moteur : roman policier, rentrée littéraire 2011, beaux livres Noël 2011...

Et lisez l'étude du MOTIF qui plaçait Bibliosurf dans le quatuor de tête avant l'été sur bons nombres de recherche sur titre / auteur.

Dernier point : j'ai déjà posté sur des forums. Résultats : des "spécialistes" SEO se sont abonnés à mon compte twitter et j'ai reçu beaucoup de propositions farfelus voire de vente de vent.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

SLX

le 4 novembre 2011 - 0:53 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Désolé de le dire comme cela, mais c'est un peu "facile".

On construit un business uniquement sur la visibilité dans un seul moteur de recherche, on en profite, et lorsque (pour une bonne ou une mauvaise raison au demeurant) ça change, on pleure ou on applaudit.

Mettre tous ses oeufs dans le même panier n'est pas la meilleure solution, mais je ne dis pas pour autant que l'alternative est évidente, loin de là.

Si google est premier dans un certain nombre de pays, c'est non seulement parce que la marque est connue mais surtout et avant tout parce que c'est beaucoup plus pertinent.

Inutile alors de crier au monopole, si vous êtes capable de faire mieux, faites le ! Inutile aussi de crier à la "loi de Google", si vous avez peur de leur processus d'indexation, ne l'utilisez pas !

En tant qu'utilisateur (et non uniquement référenceur pour le coup), je trouve les résultats que je cherche très rapidement dans 95% des cas pour les recherches faciles, 80, 85% pour des choses plus compliquées, et panda, de mon point de vue a viré pas mal de trucs tout à fait inutiles voir publicitaires (je ne dis pas que c'est le cas pour votre site), donc j'en suis plutôt satisfait.

Votre réaction de mettre en valeur le contenu ORIGINAL de votre site est portera forcément ses fruits, mais cela peut prendre un peu de temps.

Vous voulez améliorer la situation ?

voici trois pistes à suivre, sans garantie :

** Créez encore plus de contenu original, ce que l'on attend d'un bon libraire, ce ne sont pas uniquement le résumé, le texte marketé de l'éditeur, ou ce que les gens disent des livres, ce sont les ... conseils d'un libraire ! Si c'est bien fait, c'est de l'or en barre, parce que non seulement ça montera votre référencement, mais en plus vos clients y trouveront leur compte (pas toujours inutile de rendre service à ses clients avant d'essayer de lui refourguer des trucs)*

** Vos clients justement, vous avez des bases de données, vous avez probablement des centaines de coordonnées, de mails en stock etc. Maintenez le contact, ne faites pas dans le pur démarchage commercial, mais essayez de leur proposez occasionnellement des produits qui vont les intéresser, et encouragez les à parler de vos livres sur les réseaux sociaux via les j'aime et +1 ... pour les motiver, un tirage au sort d'un ouvrage tous les xx jours, ça devrait faire l'affaire.*

** Différenciez vous ! Vous ne pouvez pas lutter contre les grosses enseignes, ils ont plus de stocks, plus de type de livre, plus de visibilité. Faites mieux ! proposez des livres plus rares, moins exposés. Proposez d'autres livres sur les mêmes thématiques que le livre consulté, proposez du lien sortant vers d'autres sites ou des critiques littéraires dont vous pouvez reprendre une faible partie de leurs propos sous forme de citation.*

En gros, soyez original, soyez indépendant, soyez proche de vos clients. Jamais les grosses enseignes ne pourront s'aligner là dessus.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

BS

le 4 novembre 2011 - 9:58 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK

*@Slx Google est un très bon moteur de recherche.**On peut garder toutefois un esprit critique et surtout regarder avec attention que cette société ne dépasse certaines limites.**Après, lisez ce que j'ai écrit sur mon blog ou ce que je dis ailleurs.**Avez-vous bien regardé le site ?**Il y a + 300 interviews produites par le libraire en 5 ans, 4500 chroniques de lecteurs sélectionnées, 6 000 liens sortants vers des articles validés ?**La politique de Bibliosurf est justement de ne pas tracer ceux qui contribuent et ceux qui achètent. Je trouve ces pratiques très lourdes.**Avez-vous au moins consulté une notice de Bibliosurf avant d'écrire ce message ? Sur une notice, il y a la présentation de l'éditeur, le contenu enrichi quand il existe, de nombreux tags, de la géolocalisation, le renvoi vers des livres du même genre classé par popularité du moment...**Certes, Bibliosurf pêche... Je cherche à améliorer ce site quotidiennement... depuis 5 ans... plus de 12 heures par jour.*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

SLX

le 4 novembre 2011 - 11:03 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK

*@BS**j'ai lu assez (vu l'heure ;) attentivement ce que vous avez dit, visité votre site etc, et il ne fait aucun doute, effectivement, que les éléments mentionnés porteront leurs fruits, tôt ou tard, même si je pense que les interviews sont moins pertinentes (d'un point de vue référencement pour le moins).**Par ailleurs, je m'en excuse si le "coup de gueule" peut paraître un peu violent, c'est juste que cet article fait suite à un nombre incalculable d'autres papiers (d'owni, ou non) portant sur l'omnipotence de google, à commencer par les plaintes récentes de twenga par exemple. Papiers qui sont d'autant moins judicieux in fine que la majorité des plaignants (il ne semble pas que ca soit le cas avec BS) ont construit leur business model sur des manipulations de référencement peu judicieuses, qui confinent souvent même à l'abus, et où le client final n'est qu'une pompe à monnaie. Lorsque l'on joue avec le feu, on se brûle.**Je ne nie pas non plus que google dispose d'un certain pouvoir, mais c'est essentiellement "l'incompétence" de ses concurrents qui en est la faute. Par ailleurs, ils semblent pour l'instant ne pas trop en abuser ... imaginez ce que ferait microsoft, apple ou amazon à leur place...**Concernant BS, il n'est pas, là aussi, question de dévaloriser le travail que vous fournissez. Cela concerne essentiellement la question de la façon dont votre site est "lu" par le moteur, un petit aperçu non exhaustif :*** La présentation du contenu d'un livre par l'éditeur, vous le savez comme moi, c'est du contenu dupliqué à l'infini. Pire, c'est marketé comme pas permis. Donc c'est purement inutilisable, voir nuisible (d'un point de vue référencement au moins).*** la géolocalisation est une bonne idée, mais peut être (je n'en suis pas absolument certain) mal exploitée (d'un point de vue référencement là encore), il faudrait probablement, pour que cela produise un réel impact, une micro fiche contenant un peu de texte sur le lieu + la géolocalisation (c'est pertinent avec certains livres, beaucoup moins avec d'autres)*** les tags sont utiles mais pas toujours judicieux (si j'ai bien vu), en particulier hier soir, j'ai vu un "beau" livre sur Venise mis en relation avec des livres sur Paris ou un Atlas de l'Allemagne, certes, il s'agit de géographie, mais ca peut brouiller les choses (dans ce cas, il vaudrait peut être mieux plusieurs tags plus précis, montrer les livres pour ces tags là de manière parfaitement explicite et moins de livres proposés mais sur un choix aléatoire parmi les possibilités correspondantes.*** la popularité est pertinente vis à vis du client, vis à vis du moteur de recherche, beaucoup moins (quoi que cela commence à venir), la seule valeur de popularité réellement valable actuellement, ce sont malheureusement les réseaux sociaux.**N'hésitez pas non plus à vérifier le code source du site, il est loin d'être mauvais, mais il ne passe pas à la validation (et l'expérience montre que cela joue un rôle plus important*

qu'il n'y paraît)

Trois derniers points :

- n'hésitez pas à faire un sitemap pour votre site (si il y en a un, je ne l'ai pas trouvé), ca booste terriblement les visites du moteurs sur votre site
- vous pouvez aussi faire une demande de ré-examen de votre site si les résultats sont vraiment trop mauvais
- jetez un coup d'oeil sur des sites comme <http://www.webrankinfo.com/> ou <http://www.abondance.com/> ils sont généralement de bon conseil

en espérant que cela pourra aider

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

DAVID

le 4 novembre 2011 - 11:11 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@Six Je trouve votre réponse bien caractérielle ma fois, le sujet de fond ne concerne pas les particuliers utilisant google (auquel cas oui effectivement c'est le meilleur moteur sur le marché) mais les sociétés ayant un business dépendant de son fonctionnement et surtout exposé aux modifications de fonctionnement.

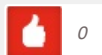
Effectivement google est leader de très loin et qu'on le veuille ou non il monopolise quasi toutes les attentions (innovation, visibilité etc il y a plein de raisons ... et même en le souhaitant comment s'en passer, il faut bien aller chercher le client là ou il se trouve)

De ce fait et c'est ce que je soulignais le danger est d'avoir besoin obligatoire à terme d'un professionnel du référencement donc couts de fonctionnement qui augmentent (surtout avec les escrocs qui trainent dans ce domaine) ... en extrapolant c'est exactement la même situation que pour le petit commerce, les loyers augmentent, les achats augmentent, le petit commerce galère à maintenir ses marges tt en restant attractif et à tendance à disparaître petit à petit au profit de la grande distribution qui a de gros moyens et sait communiquer.

Résultat, plus de pertience apparente pour l'internaute mais, moins de visibilité pour les petits entrepreneurs qui travaille en "artisan" (comme notre sympathique libraire) et monopole des groupes qui savent et peuvent investir ... sur ce point Google panda peut être critiquable car il fait perdurer le schéma classique visibilité/argent/pouvoir du système économique actuel (qui d'ailleurs se pète la gueule actuellement)

@bs j'ai bien conscience qu'un libraire n'est pas un référencieur et comme je disais le ref est un milieu ou trainent bcp d'escrocs, ça ne m'étonne pas que vous ayez reçu quantité de propositions ^^ ... personnellement j'aime assez les défis type pot de terre contre pot de fer, et aider un peu à mon niveau les gens qui se battent pour leur passions. Je me permettrai d'envoyer un petit mail de conseils des que j'ai qqs minutes pour :)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

AN391

le 4 novembre 2011 - 11:46 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



"J'espérais beaucoup du numérique mais l'arrivée de lecteurs (reader ou tablette) fermés et liés à une librairie unique type Kindle ne laisse entrevoir que de sombres perspectives.

Non contentes de bénéficier d'une force de frappe financière, ces multinationales délocalisent leurs sièges au Luxembourg pour bénéficier d'une TVA réduite et ainsi vendre des livres subventionnés par l'État empochant au passage un bonus fiscal."

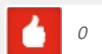
Cela n'est pas forcément une fatalité, mais pour qu'il en soit autrement il manque clairement aujourd'hui une fonction et organisations associées, celle de "tenancier de bibliothèques personnelles" (ne contenant que des références d'oeuvres, pas des copies):

<http://iiscn.wordpress.com/2011/05/15/concepts-economie-numerique-draft/>

Ce qui permettrait aussi de répondre à la problématique IDénum d'ailleurs :

<http://iiscn.wordpress.com/2011/06/29/idenum-une-mauvaise-idee/>

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE