

# Comment se fait le classement des pages ?



- Le référencement (commercial)
- Les chaînes de caractères
- La popularité d'un site :
  - Les liens entrants : les liens qui pointent vers le site > les autres sites conseillent le site
- Note de pertinence :
  - 1- nombre de mots clés dans certaines zones des pages web : titres, description du contenu, résumés, etc. > calcul de densité (% des mots)
  - 2- nombre de pages web présentant un lien vers le site référencé > calcul de popularité
  - 3- popularité des sites qui proposent le lien > calcul de popularité supérieur
  - 4- Le nombre et la fréquence de mise à jour des pages
  -

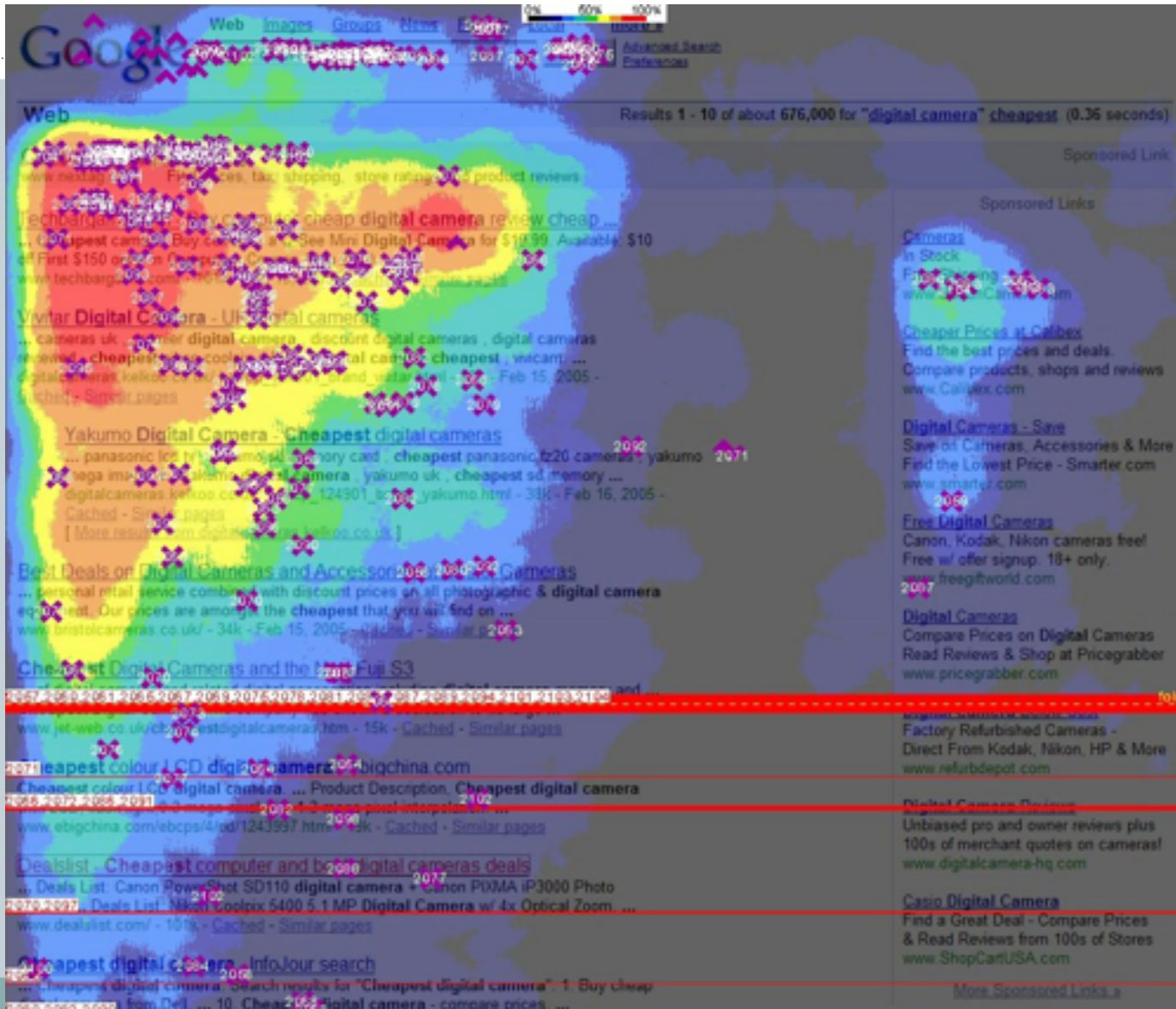
# Le financement du moteur de recherche



- **Le CPM (coût par mille)**
  - L'annonceur paie en fonction du nombre supposé d'internautes exposés à l'annonce.
- **L'achat de mot clé**
  - ex. le mot clé « gastronomie » ou « cuisine » renvoie des liens commerciaux pointant vers des sites de vente de nourriture en ligne ou des sites liés à la restauration.
- **Le CPC (coût par clic)**
  - L'annonceur ne paie qu'en proportion du nombre d'activation des liens qui pointent vers son site commercial. De plus le positionnement du lien dans la liste des liens commerciaux dépend de la somme qu'est prêt à verser l'annonceur.



# L'importance du classement des pages



Résultats d'une enquête « d'eye-tracking »  
(suivi et analyse du mouvement des yeux)  
réalisée sur 50 utilisateurs de Google.

D'après : Le triangle d'or de Google. Abondance.com.  
Disponible à l'adresse :  
<http://actu.abondance.com/2005-09/eye-tracking.ph>

- Rang 1 - 100% = 50 pers.
- Rang 2 - 100% = 50 pers.
- Rang 3 - 100% = 50 pers.
- Rang 4 - 85% = 42,5 pers.
- Rang 5 - 60% = 30 pers.
- Rang 6 - 50% = 25 pers.
- Rang 7 - 50% = 25 pers.
- Rang 8 - 30% = 15 pers.
- Rang 9 - 30% = 15 pers.
- Rang 10 - 20% = 10 pers.

