

# Sommaire



## **Introduction . . . . . 11**

- 1.1 À qui s'adresse ce livre ? . . . . . 13
- 1.2 Pourquoi un livre sur Google ? . . . . . 14
- 1.3 Historique . . . . . 15



## **Google, comment ça marche ? . . . . . 23**

- 2.1 La phase de collecte . . . . . 25
  - Fonctionnement du robot Googlebot . . . . . 25
  - Les types de robots . . . . . 28
  - La Google Dance . . . . . 29
- 2.2 La phase d'indexation . . . . . 29
  - Algorithmes des moteurs de recherche . . . . . 30
  - Les critères de pertinence . . . . . 31
- 2.3 La phase de recherche . . . . . 33



## **La syntaxe de recherche de Google . . . . . 37**

- 3.1 Syntaxe de recherche simple . . . . . 41
  - Rechercher obligatoirement deux ou plusieurs mots . . . . . 42
  - Rechercher uniquement une orthographe spécifique d'un mot . . . . . 42
  - Rechercher en incluant les mots vides . . . . . 44
  - Rechercher tout ce qui commence par . . . . . 45
  - Rechercher des synonymes . . . . . 45
  - Rechercher une expression . . . . . 46
  - Rechercher un mot OU un autre . . . . . 48
  - Enlever des mots de sa recherche . . . . . 49
  - Rechercher uniquement des pages en français . . . . . 50
  - Dans quel ordre saisir les mots ? . . . . . 51
  - Remplacer un mot dans la requête . . . . . 52
  - Utiliser les parenthèses pour des requêtes complexes . . . . . 52
- 3.2 Syntaxe avancée . . . . . 53
  - Rechercher dans le titre des pages . . . . . 53
  - Rechercher sur un site donné . . . . . 56
  - Rechercher les backlinks . . . . . 59
  - Rechercher par type de fichier . . . . . 61
  - Autres syntaxes de recherche . . . . . 63
- 3.3 Recherche avancée . . . . . 67
  - Possibilités fournies par la recherche avancée de Google . . . . . 68
  - Rechercher dans une langue donnée . . . . . 69

	Rechercher dans le contenu textuel des pages . . . . .	71
	Rechercher par date de dernière modification . . . . .	75
3.4	Options de recherche de Google . . . . .	77
	Rechercher des sites similaires . . . . .	78
	Rechercher dans le cache . . . . .	79
	Le correcteur orthographique . . . . .	80
	Le filtre familial . . . . .	81
	Les raccourcis de recherche . . . . .	81
	Infos à savoir . . . . .	83



**Personnaliser Google . . . . . 87**

4.1	Afficher plus de dix résultats par page . . . . .	89
4.2	Ouvrir une fenêtre distincte en cliquant sur un résultat . . . . .	90
4.3	Effectuer des requêtes simultanées en plusieurs langues . . . . .	92
4.4	Utiliser un filtre familial . . . . .	94
4.5	Ajouter un formulaire Google sur la page de démarrage . . . . .	95
4.6	Faire de Google le moteur de recherche par défaut du navigateur . . . . .	97
4.7	Configurer la langue de l'interface . . . . .	100



**La recherche sur les dépêches d'actualité . . . . . 103**

5.1	Syntaxe de recherche . . . . .	107
5.2	Recherche avancée . . . . .	108
5.3	Les Alertes Google Actualités . . . . .	109
	Procéder pas à pas . . . . .	111
	Éviter les termes génériques . . . . .	112
	Indiquer des mots-clés dans la langue adéquate . . . . .	112
	Penser au pluriel . . . . .	112
	Utiliser la syntaxe d'interrogation de Google . . . . .	113
	Utiliser la syntaxe d'interrogation spécifique de Google News . . . . .	113
	Créer un filtre sur son logiciel de messagerie électronique . . . . .	113
	Traiter toutes les alertes en une fois . . . . .	113
	Lisez bien le mail avant d'aller sur le Web . . . . .	114



**La recherche d'images . . . . . 115**

6.1	Une recherche simple . . . . .	117
6.2	La recherche avancée d'images . . . . .	120
	Les fonctions classiques de recherche . . . . .	120
	Recherche par taille d'image . . . . .	121
	Recherche par format d'images . . . . .	123
	Recherche par couleurs . . . . .	124
6.3	Autres syntaxes de recherche . . . . .	126
6.4	Comment ne pas référencer ses images sur Google ? . . . . .	127



## Les autres outils de recherche de Google. 129

7.1	La barre d'outils Google : Google toolbar . . . . .	131
7.2	Les Google Labs . . . . .	133
	Recherche personnalisée : Personalized Web Search . . . . .	134
	Recherche géographique : Search by location . . . . .	137
	Alertes web : Web Alerts . . . . .	140
	Barre de recherche Google : Google Deskbar . . . . .	141
	Les autres projets des Google Labs . . . . .	142
7.3	Gmail, le Webmail de Google . . . . .	144
7.4	Google Groups, la recherche sur les forums Usenet . . . . .	146
7.5	Google Directory, l'annuaire de Google . . . . .	149
7.6	Google spécialisés . . . . .	152
7.7	Les autres outils et services de Google . . . . .	153



## Comment optimiser son site pour Google . 155

8.1	Définitions et modes de fonctionnement . . . . .	157
8.2	Comment fonctionne Google ? . . . . .	158
	Fonctionnement général du moteur . . . . .	159
	Le PageRank expliqué . . . . .	163
	Comment déterminer le PageRank d'une page ? . . . . .	166
	Lien entre le PageRank et le checksum d'une page . . . . .	169
	Intérêts du PageRank . . . . .	171
	La Google Dance . . . . .	172
8.3	Comment référencer une page dans l'index de Google ? . . . . .	180
	Formulaire d'inscription . . . . .	180
	Le suivi de liens par Googlebot . . . . .	181
8.4	Choix des mots-clés de référencement . . . . .	181
	Le potentiel du mot-clé . . . . .	182
	La faisabilité technique du positionnement . . . . .	184
8.5	Optimisation d'une page web en vue d'un meilleur positionnement sur Google . . . . .	186
	Critères on page : optimisation de la balise <TITRE> . . . . .	188
	Critères on page : optimisation du texte visible . . . . .	194
	Critères on page : optimisation des URL . . . . .	201
	Critères on page : optimisation des métabalises . . . . .	209
	Les autres critères de pertinence on page de Google . . . . .	216
	Les critères off page . . . . .	217
	Critères off page : le texte des liens entrants (« backlinks ») . . . . .	218
	Critères off page : le PageRank . . . . .	221
8.6	Les critères bloquants . . . . .	222
	Les liens images . . . . .	223
	Le JavaScript . . . . .	223
	Les formulaires . . . . .	225
	Pages créées en frames . . . . .	226
	Le format Flash . . . . .	230
	Les sites web dynamiques . . . . .	232

8.7	Comment ne pas être référencé par Google . . . . .	232
	Le fichier Robots.txt . . . . .	232
	Métabalise "robots" . . . . .	235
	Les balises spécifiques à Google . . . . .	236
8.8	Conclusion . . . . .	237



## **Optimisation des sites dynamiques . . . . . 239**

9.1	Caractéristiques d'un site dynamique . . . . .	241
9.2	Contourner l'obstacle des sessions . . . . .	242
	Principe des identifiants de sessions . . . . .	242
	Les solutions proposées . . . . .	243
9.3	Simplifier les URL . . . . .	245
	Vérifier si l'URL Rewriting est compatible avec l'hébergeur . . . . .	248
	Définir des schémas d'URL . . . . .	251
	Rédiger les règles de réécriture . . . . .	253
	Modifier tous les liens internes . . . . .	256
	Mettre à jour et tester . . . . .	256
	Syntaxe d'écriture . . . . .	257
	Quelques exemples . . . . .	266
9.4	Optimisation automatique de toutes les pages . . . . .	273
	Créer des liens vers toutes les pages . . . . .	274
	Optimiser le code de chaque page dynamique . . . . .	274
9.5	Conclusion . . . . .	275



## **Les liens sponsorisés AdWords . . . . . 277**

10.1	Les AdWords, qu'est-ce que c'est ? Comment ça marche ? . . . . .	279
10.2	Mécanisme de fonctionnement et de création d'une annonce . . . . .	281
	Étape 1 : choix de la langue et de la cible géographique . . . . .	281
	Étape 2 : création des annonces . . . . .	282
	Étape 3 : définition du budget . . . . .	287
	Étape 4 : inscription . . . . .	287
	Et après ? . . . . .	288
10.3	Restrictions sur le contenu des annonces AdWords . . . . .	289
10.4	Restrictions légales sur les annonces . . . . .	290
10.5	Quelques conseils supplémentaires pour optimiser vos campagnes . . . . .	291



## **Google AdSense. . . . . 295**

	Caractéristiques fondamentales de Google AdSense . . . . .	298
	Différences entre AdWords et AdSense . . . . .	299
11.1	Mise en place de publicités AdSense . . . . .	300
	Personnalisation des publicités . . . . .	301
	Rémunération . . . . .	303
	Optimisation des AdSense . . . . .	304
	Test avant inscription . . . . .	304

	Service Premium . . . . .	305
	Pour en savoir plus . . . . .	305
11.2	Google WebSearch . . . . .	305
	Mise en place . . . . .	306
11.3	Obtenir des statistiques détaillées . . . . .	306
	Le script côté client . . . . .	307
	Le script côté serveur . . . . .	308
	La base de données . . . . .	309



## **L'API de Google . . . . . 311**

12.1	Présentation de l'API de Google . . . . .	313
	Les services web . . . . .	314
12.2	Création d'un compte de développement . . . . .	319
	Téléchargement du kit de développement . . . . .	319
	Récupération de la clé de licence . . . . .	320
	Écriture du programme . . . . .	323
12.3	Architectures de développement . . . . .	324
	PHP . . . . .	324
	Java . . . . .	326
	Python . . . . .	328
12.4	Bases de programmation . . . . .	328
	Effectuer une recherche simple . . . . .	328
	Boucler au-delà des dix premiers résultats . . . . .	330
12.5	Exemples de programmation . . . . .	332
	Rechercher selon la date d'indexation . . . . .	332
	Faire un match sur Google . . . . .	334
	Jouer au GoogleWhack . . . . .	335
12.6	Référence de l'API de Google . . . . .	338
	Format de la requête . . . . .	338
	Format de la réponse fournie par l'API de Google . . . . .	354
12.7	Applications basées sur l'API de Google . . . . .	358
	Outils en ligne basés sur l'API de Google . . . . .	358
	Logiciels basés sur l'API de Google . . . . .	369



## **Pour en savoir plus . . . . . 375**

13.1	Actualités et informations sur Google . . . . .	377
	Aux premières places . . . . .	377
	Et aussi . . . . .	384
13.2	Le flux XML au sujet des outils de recherche et de Google . . . . .	385
13.3	Les forums de discussion . . . . .	386
	Aux premières places . . . . .	386
	Et aussi . . . . .	391
13.4	Des outils en ligne pour webmestres . . . . .	392
	PageRank – barre d'outils Google . . . . .	393
	Google Dance . . . . .	397

Le suivi de situation . . . . . 399  
Autre outil d'analyse . . . . . 400  
13.5 Recherche d'information . . . . . 401  
13.6 La « Google attitude », sites funs autour de Google . . . . . 406  
Aux premières places . . . . . 406  
Et aussi . . . . . 411



**Index . . . . . 413**