

Question 5	La numérisation suffit-elle à valoriser l'information ?	
Chapitre 5.3	<i>Référencement d'un site web</i>	Bac STMG SIG
Cours		Lycée J. Feyder

Chapitre 5.3

Référencement d'un site web

Question 5	La numérisation suffit-elle à valoriser l'information ?	
Chapitre 5.3	<i>Référencement d'un site web</i>	Bac STMG SIG
Cours		Lycée J. Feyder

1° Définition du référencement

Un internaute accède à une ressource soit parce qu'il en connaît l'adresse soit parce qu'elle lui a été fournie par un autre site qui la référence (fait un lien vers elle). Donc le trafic d'un site dépend donc largement de son bon référencement.

On distingue trois types de référencement:

- le référencement naturel, réalisé par les moteurs de recherche,
- le référencement sur les annuaires qui nécessite de soumettre manuellement son site à un annuaire et qui peut accepter ou refuser la candidature selon des critères,
- le référencement payant consistant à acheter des mots-clés (par exemple sur Google Adwords) afin qu'un lien commercial soit affiché distinctement lorsque ces mots clés seront saisis dans un moteur de recherche.

2° Le référencement naturel

Un moteur de recherche dispose de robots qui parcourent en permanence le web et indexent ses contenus à l'aide de mots-clés dans une immense base de données.

Toutefois il est possible de demander le non référencement d'une ressource :

Lorsqu'une recherche est effectuée, les termes sont recherchés parmi les mots-clés de la base de données et les liens correspondants sont retournés. La rapidité des résultats s'explique par le fait que le moteur ne parcourt pas tous les sites possibles au moment de la recherche mais interroge sa base de données qui a déjà parcouru et indexé ces sites.

Les résultats sont classés selon des critères par un algorithme. Un des principes de base est qu'une ressource de qualité ou pertinente sera supposée pointée par beaucoup de liens (PageRank de Google) en provenance de sites réputés (TrustRank)..

3° Le modèle économique des moteurs de recherche

Les moteurs de recherche se financent principalement par:

- la publicité,
- la vente de technologie aux organisations qui ont besoin de moteurs de recherche internes à leur système d'information.

4° L'utilisation

La pertinence des résultats dépend de la qualité de la recherche formulée par l'utilisateur (mots clés choisis, opérateurs booléens,...) et des règles appliquées par l'algorithme de recherche.