



# Opinions Libres

le blog d'Olivier Ezratty

## Etude gratuite de notoriété

Après mon dernier post sur Google, je suis allé faire un tour dans le **site de Google Labs** qui liste tous les services en phase beta chez Google.

J'ai découvert Google Trends (<http://www.google.com/trends>) dont j'avais entendu parlé mais que je n'avais jamais testé. Cet outil permet de générer des courbes de tendance sur la recherche de mots clés et aussi de publication de pages qui les citent. Et aussi de voir quelles sont les villes, les régions ou les langues où ces mots clés sont les plus utilisés. Pas en valeur absolue, mais en valeur relative aux autres termes recherchés. Au passage, ne tapez pas votre nom car l'échantillon n'est pas suffisant pour générer la courbe sauf si vous êtes vraiment très très cité sur le Web!

Alors, j'ai fait quelques tests qui sont intéressants. Il faut juste faire attention à l'absence d'indication d'échelle d'ordonnées (axe des y) qui ne permet pas de comparer une courbe avec une autre (*correction du 9/12/2006: en fait, on peut faire des comparaisons en mettant plusieurs termes à la suite, séparés par une virgule*).

Commençons au hasard par Linux:



Hum, tendance à la baisse. Mais si on prend Ubuntu, une distro Linux très en vogue aujourd'hui, la tendance est nette! C'est une petite bête qui monte! A noter que les A, B, C et suivants font référence dans Google Trends à des événements majeurs qui apparaissent dans le résultat de la recherche.



Alors que RedHat baisse très nettement – trafic divisé par 4 en 3 ans. La société fait maintenant partie de l'establishment et passionne moins les Internautes:



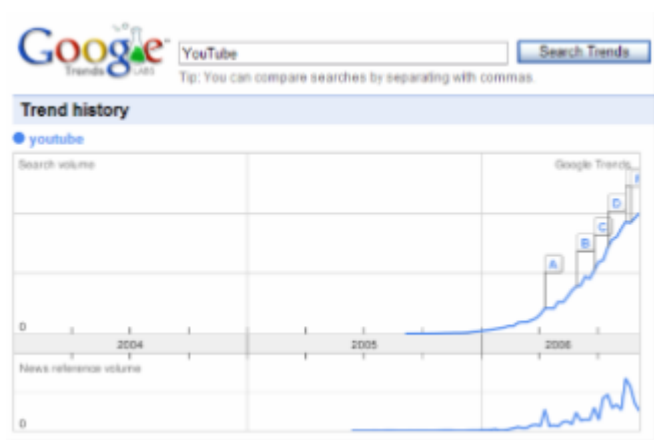
Prenons maintenant Vista dont le trafic démarre début juillet 2005 au moment de l'annonce du nom final de la nouvelle version de Windows:



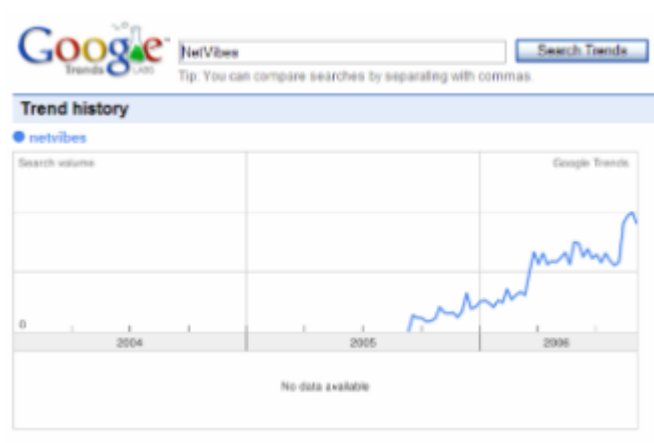
Ca monte, oui, mais quand on le superpose à Longhorn (à la mano, en superposant le résultats des deux recherches par transparence d'image), le nom de code Windows Vista dans la phase bêta, cela lisse la courbe, donc le "hype" de ce produit est pour l'instant stable. On verra après le lancement officiel qui intervient à la fin du mois avec, paraît-il, pas mal de bruit médiatique, si cela va changer la donne.



Côté Web 2.0, faisons un petit coup de YouTube et l'on peut constater que cette courbe correspond à peu près à l'évolution de leur propre trafic avec un petit hoquet de ralentissement au moment de l'acquisition par Google:



Croissance littéralement exponentielle que l'on peut comparer à celle, plus linéaire de Netvibes, peut-être explicable par un développement progressif au niveau géographique:



Autre exemple intéressant: celui de la probable future candidate du PS (on le saura dans quelques heures) si ce n'est Présidente de notre République Française: quelle évolution foudroyante de notoriété sur Internet, qui date visiblement de 2006 et pas avant. En gros, elle n'intéressait pas du tout les Internauts avant Noël dernier!



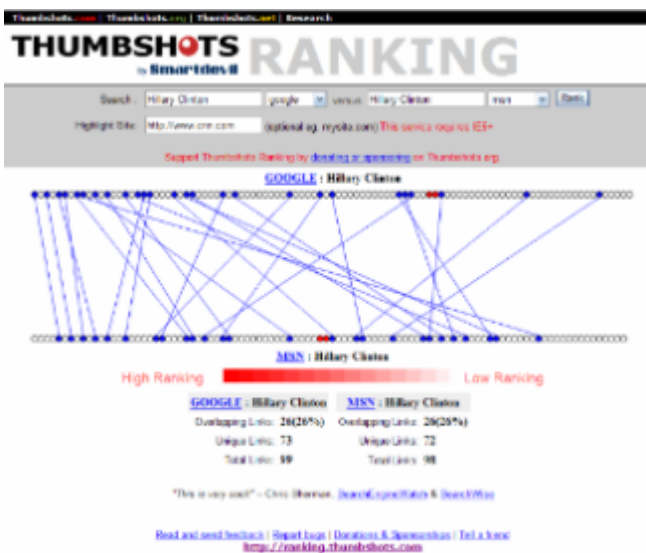
Quand à son alter-ego Nicolas Sarkozy, sa notoriété est plus ancienne, et alimentée par les crises diverses (banlieues, Clearstream, relations avec Villepin, etc) dans lesquelles il s'est régulièrement rendu visible:



Sur ces courbes de tendance, Google pourrait fournir encore plus d'informations, qu'il a à sa disposition mais se garde bien de le faire, et de les commercialiser d'ailleurs! Permettre la superposition de courbes de recherches multiples, une indication de l'échelle, la valeur absolue de consultation par géographie, etc.

Bref, on a déjà de quoi faire son petit sondage de notoriété pour *vraiment* pas cher puisque c'est gratuit! On ne pourra évidemment que tenter d'expliquer le passé car ces analyses ne sont pas prédictives!

Voici au passage un autre outil intéressant que j'ai découvert récemment grâce à Renaud Finasse de Villaine – actuellement Directeur Marketing de Micropole Univers – et qui permet de comparer les résultats de recherches entre deux moteurs et le placement d'un site donné dans ces résultats. Le site est <http://ranking.thumbshots.com>. Dans l'exemple suivant (cliquer sur l'image pour zoomer), on compare le résultat d'une recherche d'Hillary Clinton entre Google et MSN Search (je ne sais pas si cela utilise Live Search). On constate que l'overlap sur les 50 premiers hits n'est que de 26%. C'est en fait une valeur plutôt élevée. Sur plein de termes, on obtient un overlap compris entre 10% et 25%. L'algorithme de ranking des pages est donc très différent entre search, celui de Google étant parait-il le meilleurs. On peut également voir que [cnn.com](http://cnn.com) est mieux référencé chez MSN que chez Google sur ce cas précis. Dans le cas d'une recherche sur un terme produit générique, cela permet de comparer le référencement d'une marque commercialisant ce produit.



La quantité d'informations librement disponible pour faire ces analyses est tout à fait étonnante. Je reste émerveillé à chaque nouvelle découverte!

Cet article a été publié le 17 novembre 2006 et édité en PDF le 15 mars 2024.  
(cc) Olivier Ezratty – “Opinions Libres” – <https://www.oezratty.net>