

A NOTER DANS CE NUMÉRO

R & R - mai 2018

- Un Cloaking White Hat est-il possible ?
- Comment réussir sa stratégie de contenu, étape par étape ? (2e partie)
- Analyse de données et critères de positionnement
- Les Onebox de Google constituent-elles une pratique illicite d'abus de position dominante ?

Un Cloaking White Hat est-il possible ?

Google le dit depuis longtemps : le cloaking, ou action permettant de délivrer un contenu différent aux internautes et aux robots des moteurs de recherche, est interdit, illégal (selon la "loi Google") et passible de pénalités (bien que Google lui-même le pratique). Sur cette base, il est éventuellement possible de mettre en place certaines fonctionnalités sur son maillage interne afin de faciliter la navigation et le transfert sémantique des informations au sein même du site. Voici comment...

Comment réussir sa stratégie de contenu, étape par étape ? (2e partie)

Vous faites une refonte web avec des objectifs business bien précis à atteindre ? Vous avez un écosystème digital totalement hors contrôle avec des équipes dépassées ? Votre communication digitale manque de cohérence ? Vous avez alors intérêt à mettre en place une stratégie de contenu web. Pour vous aider à réussir ce type de projet, voici une méthodologie éprouvée, étape par étape.

Analyse de données et critères de positionnement

Lors du récent SEO Camp'us, Sylvain Peyronnet et Kevin Richard ont présenté les résultats d'une étude à grande échelle qu'ils ont réalisée pour tenter de comprendre quels sont les vrais critères de pertinence d'un moteur de recherche comme Google. Cet article explique l'objectif de cette étude, la méthodologie utilisée ainsi que ses principaux résultats et les conclusions qu'on peut en tirer en termes d'importance relative d'un critère par rapport à un autre. Avec à la clé la fin de quelques mythes sur le SEO...

Les Onebox de Google constituent-elles une pratique illicite d'abus de position dominante ?

Les Onebox de Google, ou information s'affichant en Position Zéro et proposant des contenus que Google détient (ou en relation avec des partenaires privilégiés) sont-elles l'expression d'un abus de position dominante et peuvent-elles être considérées comme répréhensibles par la loi et la Commission européenne, dans la droite ligne du jugement déjà rendu sur Google Shopping ?



15 mai 2018

Vous pouvez consulter l'intégralité de ces articles sur le [portail Intd](#), en demandant une autorisation d'accès à crd@cnam.fr.

<https://webcom.cnam.fr/r-r-mai-2018-1001326.kjsp?RH=1505398856172>