

Penser sa stratégie de recherche

CONSEIL



Objectif

Pour naviguer sur Internet, deux préalables sont nécessaires avant même de commencer la recherche :

- > il faut avoir bien compris le mode de fonctionnement des outils de recherche pour pouvoir choisir l'outil le mieux adapté à la question,
- > il faut avoir pensé sa recherche et prendre le temps de définir sa stratégie de recherche pour ne pas fausser dès le départ la pertinence des résultats proposés par l'outil.

Méthodologie - Démarche

1 – Délimiter le champ de la recherche

Se poser la question :

quels sont les types d'informations que je recherche ?

Cette première étape permet d'identifier plusieurs types d'informations et contraint dans tous les cas l'internaute à préciser sa question, ce qui est toujours utile ; chaque piste doit ensuite être soigneusement explorée.

2 – Définir les types de sources susceptibles de répondre

La définition des types d'informations recherchés met en évidence les sources susceptibles de les offrir : site des acteurs sur lesquels l'internaute veut obtenir des informations, sites de presse, sites officiels, forums, listes de diffusion, ...

3 – Choisir les outils de recherche à interroger

- > Lorsqu'on recherche des pages, les moteurs ou méta-moteurs sont mieux adaptés
- > Lorsqu'il s'agit de rechercher un site, l'annuaire peut permettre d'effectuer une première recherche.

4 – Trouver les bons mots-clés

- > Etablir une liste de mots ou expressions descriptives de l'information recherchée
- > Utiliser des mots-clés primaires ou génériques qui définissent le domaine de recherche si on utilise un annuaire. Ces mots clés permettent d'identifier les catégories qui couvrent les différents aspects du problème.
- > Avec un moteur de recherche utiliser des mots clés plus précis (utiliser de préférence plusieurs mots clés qui affinent la recherche)

Notes

Méthodologie - Démarche (suite)

- > Il existe des générateurs de mots clés, comme le site Abondance d'Olivier Andrieu (www.audit.abondance.com rubrique " Outils / Audit de site " Outiref) : l'utilisateur indique un, deux mots clés se rapportant à sa requête et il obtient alors les mots clés les plus souvent présents dans les pages web qui contiennent les mots demandés.*
- > D'autres outils proposent avec leur liste de résultats, d'autres mots ou expressions connexes (le moteur de recherche Exalead (www.exalead.com) ou KillerInfo (www.killerinfo.com))

Zoom sur : les opérateurs de recherche

L'objectif

Les annuaires et les moteurs de recherche utilisent des langages d'interrogation qui peuvent être différents.

La stratégie de recherche doit respecter certaines règles :

> les guillemets

pour rechercher une expression ou un nom propre, voire une citation, encadrer l'expression recherchée de guillemets (sans espace entre le symbole et le mot) pour lancer la recherche sur l'expression entière et non sur la somme des mots

> le +

pour de nombreuses recherches, il est nécessaire d'utiliser plusieurs mots clés pour préciser sa question et réduire le nombre de réponses non pertinentes. Mais une requête lancée avec deux termes n'est pas interprétée de la même façon par tous les outils de recherche.

Certains considèrent que la présence de deux mots clés signifie que les deux doivent être dans la page (a ET b), et d'autres considèrent que c'est l'un OU l'autre qui est recherché (a OU b).

Pour résoudre ce problème, il suffit d'utiliser systématiquement le symbole +. Ce symbole doit être placé immédiatement devant le mot, sans espace entre le signe et le mot, pour demander la présence impérative du terme dans les pages sélectionnées. (mettre un + devant chaque mot recherché)