

Dossier de presse

Sujet : le nouveau moteur de recherche Xpanss.com

Proposé par : la société A2WM



Dossier de presse sur le moteur de recherche Xpanss.com



1-Présentation de la société A2WM
2- Présentation du Directeur Général d'A2WM
3-Présentation du moteur de recherche Xpanss
4-Pourquoi notre moteur Xpanss
5-La pertinence des résultats d' Xpanss : analyse comparative
6- Proposition d'un article
7-Annexes

Advice World Web Marketing
31, rue Asdrubal Lafayette 1002 Tunis TUNISIE
Tél. (+216) 71 845 632 Fax. 71 845 716 GSM. (+216) 24 550 999
Site web: www.groupe-a2wm.com

1-Présentation de la société A2WM :

Le groupe A2WM (Advice World Web Marketing) est un groupe off-shore dont le siège social est en Tunisie. Il est le fruit de l'union d'un groupe de quatre amis. Une union caractérisée par la complémentarité des compétences dans les domaines suivants :

- Programmation et Ingénierie Informatique,
- Marketing des Services et Web Marketing,
- Création et Graphisme Publicitaire,
- Gestion et Management des Entreprises.

Nos champs de compétences s'étendent de la conception et la création de sites Web, jusqu'à la création et la gestion des programmes d'affiliation Web.

LES SOCIETES DU GROUPE :

A.2.W.M
ALLIANCE-COM
T.S.T
A2M
MON-ADRESSE
AMBIANCE-TOURISME

Par ailleurs, A2WM repose sur une équipe dirigeante hautement qualifiée et jouissant d'une expérience extraordinaire dans les domaines des services, de commerce électronique et du Web marketing.

A2WM est une société dotée d'une expertise distinguée dans le domaine du Web Marketing. Nous devons une grande partie de notre succès à l'accomplissement des objectifs des clients pour lesquels nous sommes mandatés, et c'est pour cette raison que nous avons un portefeuille de plusieurs dizaines de clients.

En effet, depuis sa création en 2000, A2WM fournit des concepts, des technologies et des services très avancés en matière des communications, du Web marketing, de la vente par Internet... Et ce, sur une échelle internationale. De plus, ce groupe représente un acteur affirmé du commerce électronique et du Web marketing, en Tunisie, toujours préoccupé de ce qu'il peut apporter aux jeunes tunisiens talentueux et créateurs, afin de stimuler leur motivation et employer leur ressource intellectuelle. Grâce à de nouveaux projets prometteurs, A2WM donne lieu à plusieurs débouchés. Il considère la bataille contre le chômage comme sa propre bataille; et l'intérêt de la nation représente un objectif Web marketing et un état d'esprit d'A2WM. Chaque année, le groupe accueille au sein de son établissement des stagiaires, jeunes étudiants, dans le but de leur faire bénéficier de son expertise dans le Web marketing et de leur ouvrir de nouvelles voies futures d'emploi.

Nos actifs :

Plus de 200 sites web en domaines.

Plus de 15000 sites en sous domaines.

Plus de 200 000 visiteurs uniques par jour.

Plus de 800 000 pages vues par jour.

Nos champs de compétences :

Annonces et communication Annonce-tous.com Annonce-market.com Ferkess-annuaire.com	Le Marketing par E-mail Emailing-win.com Emailing-deal.com Autoresponder-email.com
Les places de marché Place-pub.com Place-annonces.com Cible-trade.com Cible-market.com Souk-place.com	Affiliation Web Affiliation-xtra.com Xtra-affiliation.com Affiliation-win.com
Référencement positionnement web Referencment-win.com Positionnement-win.com	Création de sites web Expli-sites.com
Annuaire Xtra-annuaire.com Annuaire-xtrem.com	Moteurs de recherche Xpanss.com Xtrem-find.com

Contacts :

parenariat@webmarketing-deal.com

commercial@groupe-a2wm.com

contact@groupe-a2wm.com

marketing@pub-xtra.com

projet@pub-xtra.com

Contacts téléphoniques

Tél. : (+216) 24 550 999 / (+216) 71 845 632 / (+216) 71 845 549/ Fax : (+216) 71 845 716

2- Présentation du Directeur Général d'A2WM :

Mr Abdellatif Tarek est le Directeur général du groupe A2WM. Son esprit collaboratif, créateur, audacieux, patriote, est sans aucun doute la clé de la réussite et de l'acquisition d'une bonne image d'A2WM, une image d'expert affirmé en Web marketing et en e-services. Mr Abdellatif est un expert dans le e-commerce, les e-services et le Web marketing, notamment le référencement, le positionnement et l'affiliation web (Publicité en ligne basée sur le principe de résultat).

Curriculum vitae

CONSULTANT EN STRATEGIE SPECIALISTE WEB MARKETING INGENIEUR LOGISTIQUE

Identité

<i>Nom</i>	ABDELLATIF
<i>Prénom</i>	Tarek
<i>Age</i>	48 Ans
<i>Adresse</i>	31, RUE ASDRUBAL LAFAYETTE TUNIS
<i>Adresse Mail</i>	tarlatif@yahoo.fr
<i>Téléphone</i>	00.216.24.550.999 00.216.71.845.632

Compétences

<i>Formation Commerciale</i>	<ul style="list-style-type: none">• Mise en place, Formation, Motivation de la force de vente• Audit et consulting en management de la fonction commerciale
<i>Management</i>	<ul style="list-style-type: none">• Mise en place des procédures de management de la fonction commerciale
<i>Force de vente</i>	<ul style="list-style-type: none">• Pratique et concrétisation du e-commerce et du e-tourisme

- Pilotage de la force de vente

Objectifs Professionnels :

Consultant senior agréé par les organisations internationales

- Webmarketing et E-commerce
- E-commerce et E-tourisme
- Logistique commerciale et logistique des transports Internationaux
- Economie et Marketing Immobilier

EXPERIENCE PROFESSIONNELLE

2003 - 2005	Directeur commercial agence de voyage AMBIANCE TOURISME T.O Français spécialiste Thalasso et haute gamme
1999 - 2003	Directeur commercial et logistique de la S.A SYPHINX INDUSTRIE Grossiste des produits de rénovation et électrique (90 collaborateurs dont 12 commerciaux)
1993 - 1999	Directeur d'agence immobilière MBI Immobilier à RETEIL (94) et à THIAIS (94) Transaction et administration de biens 600 lots en gestion et 250 immeubles en syndic (14 collaborateurs)
1992 - 1993	Directeur commercial de la S.A CCMM (société grossiste en câble et produit électrique) Management de 5 vendeurs et commerciaux.
1990 - 1992	Directeur Commercial et Logistique de la SAI.T.N France : chargé du suivie des importations de composant micro Informatique et de la mise en place de la stratégie commerciale, ainsi que de l'animation de la force de vente des micros avec le Label I.T.N
1990 à ce jour	Professeur I.H.E TUNIS (un séminaire par mois de 4 jours)
1989 - 1990	Professeur de Marketing B.T.S Action commerciale/ Education Nationale Rectorat de LILLE (100% de réussite promotion 1990) Professeur de commerce internationale –Ecole privée rectorat de LILIE Professeur de mathématique-Rectorat de CRETEILS
1985 - 1986	Chargé des optimisations des approvisionnements des usines (Afrique et Australie) ALUMINUM PECHINEY

ETUDES ET FORMATION

1986 - 1988	Etudes doctorale Marketing des services Recherche effectuées avec le centre DMTP (Dauphine Marketing Transport Prospective) sur les systèmes logistique des produits non tangibles <i>Université Paris Dauphine</i>
1985 – 1986	D.E.A Méthodes scientifiques de gestion et recherches opérationnelles <i>Université Paris Dauphine</i>
1984 - 1985	D.E.S.S Marketing Logistique Commerciale <i>Université PARIS Dauphine</i>
1979 - 1984	Ingénieur dans les techniques de gestion de transport international(Tunisie)

PUBLICATION :

Logistique et tourisme T.ABDELLATIF Information Touristique Novembre 1987	L'adossement des actifs immobiliers au contrat optionnel
La logistique du produit voyage T.ABDELLATIF	Mesure de la qualité de satisfaction de la clientèle dans la prestation de service
Revue trimestrielle de l'aslog (association française pour la logistique de l'entreprise)	Essais d'adaptation du modèle de PARASURAMAN

LANGUES

	<i>Parlé</i>	<i>Ecrit</i>	<i>Lu</i>
<i>Français</i>	Très bien	Très bien	Très bien
<i>Anglais</i>	Bien	Bien	Bien
<i>Arabe</i>	Bien	Bien	Bien

CENTRES D'INTERETS

Sports Théâtre, cinéma, football, jogging, natation

Président fondateur de « **FORUM TUNISIE** »

Association ayant pour but :

- De développer et favoriser les créations d'entreprise en Tunisie dans le cadre de l'OFF SHORE
- De favoriser les échanges commerciaux entre l'Europe et la Tunisie

3-Présentation du moteur de recherche Xpanss :

A2WM profite des nouvelles tendances du comportement du consommateur en créant, constamment, de la valeur ajoutée via ses divers services Web marketing. Les consommateurs migrent de plus en plus, des médias traditionnels, vers le média Internet. Du coup, ils passent beaucoup de temps à faire de la recherche sur le Web. Ainsi, A2WM propose aux consommateurs du Web, une meilleure expérience de recherche fondée sur la pertinence. Le consommateur trouve ce qu'il cherche, ce qui lui est utile, sans perdre de temps. C'est la pertinence d'autres moteurs qui en témoigne, puisque A2WM s'est engagé dans la création d'un moteur des moteurs de recherche les plus pertinents (Google, Yahoo). Aussi, A2WM offre aux annonceurs la possibilité de croiser les consommateurs au moment de leurs recherches. En fait, nous faisons en sorte que le bon consommateur rencontre la bonne offre, et donc le bon annonceur. De cette manière, l'annonceur bénéficie d'un nouveau canal de distribution plus efficace et plus efficient que les autres canaux traditionnels. C'est simple, grâce à notre service de liens promotionnels, l'annonceur ne paie que lorsque l'internaute est vraiment intéressé.

Xpanss est le nouveau concept créé par la société A2WM et que vous pouvez le découvrir à l'URL suivante: <http://www.xpanss.com>



Xpanss est ce qu'on l' appelle un méta moteur ou un méta chercheur. Que veulent dire ces termes ?

C'est très simple : tout internaute connaît ce qu'est un moteur de recherche. C'est un outil qui permet de rechercher sur le Web des pages en corrélation étroite avec une requête proposée par l'internaute. Il existe plusieurs moteurs de recherche sur la toile, les plus populaires sont: Google, Yahoo et MSN. Un méta moteur est aussi un moteur de recherche sur Internet mais sa principale différence est qu'il interroge sur la base de mots clés d'autres moteurs de recherche et synthétise les réponses.

L'idée des méta moteurs est de créer un intermédiaire qui prend en compte une requête, puis la diffuse simultanément auprès de ces sites, récupère les réponses, les analyse, trie les pages de résultats et fournit la synthèse de l'information ainsi "capturée". Un clic de souris suffit donc à effectuer une recherche simultanée sur plusieurs outils de recherche, de façon transparente.

Ceci est la force d' Xpanss. N'importe quel internaute voudra utiliser notre moteur plutôt qu'un autre. Pourquoi ?

Parce que Xpanss a été créé pour faciliter aux internautes la recherche sur Internet. En effet, nous avons mis en place un système qui permet de visualiser les résultats les plus pertinents de trois moteurs de recherche différents. Les résultats montrés sur Xpanss sont ceux issus des premiers résultats de Google, Yahoo et notre propre moteur de recherche Xtrem-Find. Les résultats affichés sur Xpanss sont donc plus pertinents que les résultats affichés sur les trois autres moteurs de recherche, chacun à part, et nous allons prouver cela.

4-Pourquoi notre moteur de recherche Xpanss :

Quand nous avons décidé de développer ce projet, notre seule préoccupation était la pertinence des résultats sur Xpanss. Nous nous sommes dits pourquoi créer un méta moteur s'il n'est pas plus pertinent que les meilleurs moteurs ou au moins égal. Avec le souci de bien faire, nous nous sommes dits que si la pertinence se jugeait par le nombre de requête sur les moteurs de recherche, nous allons associer notre méta moteur Xpanss aux résultats de Google, de Yahoo (classés respectivement 1^{er} et 2^{ème}) et de Xtrem-Find notre propre moteur de recherche que nous jugeons bien sûr pertinent.

Maintenant, si vous visitez notre méta moteur sur <http://www.xpanss.com> et que vous saisissez n'importe quelle requête, les résultats affichés seront donc d'une pertinence maximum puisqu'il sélectionne les meilleurs résultats de trois moteurs de recherche différents, de trois technologies puissantes.

Pour en être persuadé, nous avons entamé une étude comparative. Comment avons-nous procédé ?

5-La pertinence des résultats d' Xpanss : étude comparative :

Notre équipe a sélectionné une liste de thèmes. Chaque thème comporte plusieurs mots clés. Chaque mot clé peut être composé d'un, de deux ou de trois mots.

Liste des thèmes et des mots clés :

Thèmes	Mots clés
Immobilier	credit immobilier, location immobilier, annonces immobilières, immobilier neuf, annonce immobilier, annonce immobilier location.
Informatique	informatique, ordinateur, logiciel
Import export	import export, import cars, international trade
santé	produits biologiques

Chaque mot clé a été recherché respectivement sur Google, Yahoo et Xpanss. Nous avons pris les dix premiers résultats de chaque moteur de recherche et nous leur avons donné un système de notation basé sur des critères essentiels de la pertinence. Ces critères sont :

- Le Page Rank de Google
- L'existence du mot clé dans le titre de la page
- L'existence du mot clé dans l'url
- L'occurrence du mot clé

Voici les résultats par rapport au thème de l'immobilier :

✓ Google.fr

Les résultats	PR	Titre	URL	Occurrence	Moyenne
1- www.pap.fr/	6/10	3/10	0/10	9/10	4.5
2- www.explorimmo.com	7/10	8/10	1/10	10/10	6.5
3- www.entrepaticuliers.com	5/10	8/10	0/10	10/10	5.75
4- www.immobilier.fr	6/10	4/10	10/10	10/10	7.5
5- www.paruvenu.fr/immobilier	7/10	2/10	0/10	5/10	3.5
6- www.lesiteimmo.com	4/10	8/10	0/10	2/10	3
7- www.laforet.com	5/10	5/10	0/10	6/10	4
8- www.aktifimmo.com	4/10	5/10	1/10	4/10	3.5
9- www.lavieimmo.com	5/10	2/10	1/10	3/10	2.75
10- www.web-immobilier.net	4/10	4/10	5/10	10/10	5.75
La moyenne	5	5	2	7	4.75

✓ **yahoo.fr :**

Les résultats	PR	Titre	URL	Occurrence	Moyenne
1- www.immobilier.fr -	6/10	4/10	10/10	10/10	7.5
2- www.logic-immo.com	7/10	4/10	2/10	10/10	5.75
3- www.pro-a-part.com	5/10	7/10	0	8/10	5
4- www.orpi.com	5/10	6/10	0	9/10	5
5- fr.wikipedia.org/wiki/Immobilier	5/10	1/10	2/10	8/10	4
6- www.fnaim.fr	6/10	7/10	0	7/10	5
7- www.explorimmo.com	7/10	8/10	1/10	10/10	6.5
8- www.paruvenu.fr	7/10	2/10	0	5/10	3.5
9- www.pap.fr	6/10	3/10	0	9/10	4.5
10- immobilier.orange.fr	6/10	1/10	2/10	2/10	2.75
La moyenne	6	4	2	8	5

✓ **Xtrem-Find.com :**

Les résultats	PR	Titre	URL	Occurrence	Moyenne
http://www.afnane-immobilier.com/	4/10	3/10	4/10	10/10	5.25
http://credit.immobilier.fr/	7/10	4/10	5/10	8/10	6
http://www.annonce-immobiliere.eu/	5/10	7/10	4/10	9/10	6.25
http://www.nexity-logement.com/	5/10	6/10	0	7/10	4.5
http://www.consortium-immobilier.com/	5/10	4/10	4/10	10/10	5.75
http://www.consortium-immobilier.com/	6/10	7/10	0	7/10	5
http://www.explorimmo.com/	7/10	8/10	3/10	8/10	6.5
http://top.immobilier.free.fr/	7/10	4/10	0	6/10	4.25
http://www.lesclesdumidi.fr/	6/10	3/10	4/10	9/10	5.5

http://www.cote-sud-immobilier.com/	6/10	6/10	4/10	7/10	5.75
http://immobilier.ivisite.com/					
La moyenne	6	4	2	8	5

On remarque que les trois moteurs de recherche affichent des résultats différentes l'un de l'autre et ce, sur un même mot clés.

Google tient compte plus de la valeur du PR du site Web pour l'affichage dans les premiers résultats alors que Yahoo et Xtrem-Find s'intéressent beaucoup plus au fait que le mot clé recherché existe ou non dans le titre, url et corps du site.

Bien sûr l'important, ici, est de satisfaire l'internaute et lui fournir les résultats qu'il cherche, mais chaque moteur a ses algorithmes et ses critères de classement.

La solution c'est d'utiliser un méta moteur qui affiche les meilleurs résultats dans une seule page web:

Le méta moteur <http://www.xpanss.com> apporte la solution idéale à ce problème.

Xpanss est un méta moteur ou un méta chercheur, qui puise ses informations dans plusieurs moteurs de recherche. De manière plus précise, Xpanss envoie ses requêtes à plusieurs moteurs de recherche, et retourne les premiers résultats de chacun d'eux dans une seule page web.

Cela permet aux utilisateurs d'entrer le sujet de leur recherche une seule fois et d'accéder à plusieurs réponses pertinentes de moteurs de recherche différents.

✓ **Xpanss.com :**

Les résultats	PR	Titre	URL	Occurrence	Moyenne
1- www.pap.fr/	6/10	3/10	0/10	9/10	4.5
2- www.immobilier.fr	6/10	4/10	10/10	10/10	7.5
3- http://www.afnane-immobilier.com/	4/10	4/10	6/10	10/10	6
4- www.explorimmo.com	7/10	8/10	1/10	10/10	6.5
5- www.logic-immo.com	7/10	4/10	2/10	8/10	5.75
6- http://credit.immobilier.fr/	4/10	4/10	5/10	6/10	5.25
7- www.entrepaticuliers.com	5/10	8/10	0/10	8/10	5.75
8- www.pro-a-part.com	5/10	7/10	0	8/10	5
9- http://www.annonce-immobiliere.eu/	5/10	7/10	6/10	7/10	6.75
10- http://www.nexity-logement.com/	5/10	6/10	0/10	8/10	4.75
La moyenne	5.7	5.5	3.6	8.4	5.8

Xpanss consulte simultanément tous les serveurs des moteurs de recherche, élimine les doublons et vous retourne les informations dans l'ordre dans lequel il les reçoit pour vous éviter toute attente ou toute recherche inopportune.

Un autre avantage d' Xpanss est qu'il donne un scoring (**XR**), aux sites web affichés dans la page de résultat, basé sur plusieurs critères.

C'est quoi Xpanss-Ranking (XR) ?



Xpanss Rank ou « **XR** » est la toute dernière technologie inventée par le groupe A2WM.

L'Xpanss-Ranking ou XR est un score de cotation d'une page Web (URL) qui indique le poids et les chances que cette URL soit bien positionnée sur les moteurs de recherche les plus importants par rapport à un mot clé donné.

Ce scoring est calculé selon un algorithme soigneusement étudié prenant en considération plusieurs critères et variables à savoir :

✓ L'indice de popularité ou PR

C'est un critère de pertinence calculé par le moteur de recherche Google pour classer les résultats d'une requête (mot clé) lancée par l'internaute. Cet indice dépend essentiellement du nombre de liens " pointant " vers une page ou un site Web. L'échange de liens influencera directement **cet indice de popularité**.



Pour deux pages traitant d'un même thème, celle ayant le meilleur Page Rank sera souvent classée en haut des résultats de recherche, surtout pour les requêtes très concurrentielles.

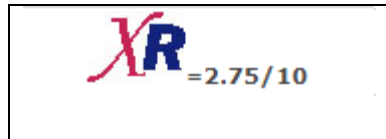
Il faut noter que pour évaluer le PR d'une page, Google ne s'intéresse pas uniquement à la quantité (nombre de liens entrants), mais aussi le mastodonte des moteurs de recherche s'appuie sur la qualité de ces liens: le texte du lien qui doit être aussi un mot clé pertinent, le thème et le poids du site pointant le lien.

Autrement, Google agit selon la qualité des sites qu'un site pourra « fréquenter »: Dis moi qui tu fréquentes et je te diras qui tu es. C'est ainsi que Google juge de la pertinence d'une page Web pour lui accorder une position dans ses résultats, par rapport à un mot clé spécifique. Bien sûr, plus le poids est élevé (> à 3/10) plus la chance de visiter un site augmente.

✓ Le nombre de backlinks (nombre de liens entrants)

L'Xpanss Ranking augmente, aussi, si le nombre des liens pointant vers le site ou la page web augmente et si ces liens enregistrent à leur tour un bon scoring. En plus des critères pris en compte par Google dans son PR, XR varie en fonction d'autres critères pertinents dans la mesure où la combinaison des deux scoring permet d'afficher des résultats plus pertinents par rapport à une requête lancée par un internaute et d'accorder à ce dernier une meilleure expérience de navigation.

Chaque lien constitue à la fois une attestation ou une certification qu'un site est spécialiste dans le domaine du mot clé recherché et une recommandation d'aller voir ce site. Mais il faut que le certificateur ou le site qui fait la recommandation soit aussi spécialiste dans le domaine en question et que Google le perçoive positivement (avoir un bon score). Un lien sortant d'un site de voyage vers un site de réservation d'hôtels n'a pas le même impact qu'un lien sortant d'un site de vêtement.



✓ Le poids (scoring) des sites origines de ces backlinks.

Nous insistons sur le fait que l'Xpanss Ranking d'une page augmente lorsque de nombreuses pages font un lien vers elle, mais aussi lorsque ces mêmes pages ont un PR élevé.

✓ L'URL, les balises « title » et « description » de la page.

✓ **L'URL**

L'URL doit contenir un mot clé pertinent.

✓ **La balise <title> :**

La balise <title> correspond au **titre de la page**, affiché en haut de la fenêtre du navigateur Internet.

Le titre fournit une source essentielle d'information aux visiteurs, mais également aux moteurs de recherche.

✓ **La balise ="description" :**

La balise ="description" permet d'influencer les moteurs de recherche quant à l'**extrait du contenu de vos pages qu'il affichera lors d'une requête**. Avec cette balise, le moteur de recherche affichera un extrait de la page contenant le

mot clé tapé par l'internaute.

Cependant, la présence de la balise ="description" ne garantit en rien l'affichage de la page, dans les résultats du moteur... encore faut-il qu'il existe une **cohérence entre le titre de la page, le contenu de la balise description, le contenu rédactionnel et L'URL** de la page.

✓ L'indice d'occurrence du mot clé

Les sites qui se distinguent par leur qualité sont affectés d'une valeur Xpanss Rank plus élevée. Cet outil ne se contente pas de compter le nombre d'occurrences d'un terme de recherche dans une page, il examine différents aspects du contenu de cette page (et du contenu des pages liées à celle-ci) afin de déterminer si elle correspond à la requête proposée.

La mise en place d'Xpanss-Ranking va permettre aux visiteurs de constater la bonne qualité et l'optimisation de nos résultats par rapport à des mots clés bien précis.

Le Xpanss Rank est donc un système de scoring allant de 0 à 10 permettant aux internautes de juger de la pertinence des résultats des principaux moteurs.

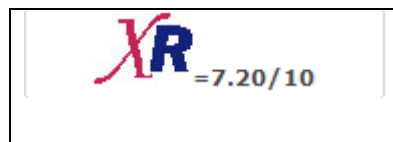
Xpanss-Ranking englobe tous les critères d'évaluation utilisés par les différents moteurs dans une seule notation.

L'intérêt du XR est qu'il est calculé pour un site ou pour une page, par rapport à un mot clé précis. **Un site peut avoir différents XR sur différents mots clés, et ceci ne pourrait être qu'une marque de pertinence.**

✓ **Et, bien d'autres facteurs...**

Est ce que le chef Google divulgue toutes ses recettes de cuisine? ...

Et, bien nous c'est pareille!



Des résultats encore beaucoup plus pertinents pour améliorer l'expérience des internautes, c'est bien. Mais, la question qui se pose est: comment Xpanss va-t-il assurer sa rentabilité ou

générer des revenus? La réponse est: grâce aux revenus publicitaires que Xpanss assurera sa rentabilité. En plus de la facilitation et de la fiabilité de la recherche, A2WM offre aux annonceurs la possibilité de promouvoir leurs biens ou services, à travers sa plateforme publicitaire Xpanss, en combinant la recherche et l'affichage publicitaire.

6- Proposition d'un article :

Titre : Le savoir et la haute technologie ne sont pas le monopole de l'occident et/ou des américains

La Tunisie et les tunisiens se sont investis dans la haute technologie et l'Internet et en particulier, dans le génie Web et le Webmarketing. Un groupe tunisien, A2WM, a lancé un moteur de recherche sur le Web qui se comporte comme un méta moteur.

Son principe est de parcourir le Web pour chercher et proposer aux internautes les pages du Web les plus pertinentes par rapport au mot clé tapé. En effet, le site Web www.xpanss.com est la dernière trouvaille ingénieuse de l'enseigne A2WM qui a réussi, grâce à son équipe, à créer un moteur de recherche capable de défier les plus grands à l'instar de Google ou encore Yahoo. Le principe de ce méta moteur est révolutionnaire, **il permet de collecter les résultats les plus pertinents et les plus proches de la requête de trois moteurs de recherche différents à savoir : Google.fr, Yahoo.fr et un autre moteur de recherche propriété de la société A2WM, Xtrem-Find.com.**

Pour satisfaire tout le monde, A2WM a fait de son méta moteur une plateforme publicitaire. Ceci dans le but de permettre aux annonceurs d'associer leurs offres valorisantes aux désirs des internautes. En lançant une recherche, sur notre méta moteur, à partir du mot clé « Tunisie », un internaute aura à côté des résultats de recherche les vacances dont il a toujours rêvé, à un prix presque illusoire. Alors, les annonceurs voient dans Xpanss.com le nouveau canal de distribution. Et, vu qu'il regroupe les résultats des moteurs de recherche les plus pertinent, croyez-vous que les internautes ou les clients iront autre part?...

Comment peut-on juger de la pertinence d' Xpanss ? Et bien, l'équipe d' A2WM, formé par des experts en Web marketing et des techniciens spécialistes, a procédé à plusieurs études comparatives et analytiques pour finalement aboutir à un résultat très favorable : le méta moteur Xpanss est d'une pertinence égale sinon supérieure à tout autre moteur de recherche existant sur la toile.

Voilà un concept tunisien qui pourra affirmer au monde entier que la Tunisie est en train de devenir experte dans le génie Web et qu'elle n'a de compte à rendre à personne en matière de Web marketing. Que cela continue !

7-Annexes :

Nous mettons dans les annexes tout le travail de l'étude comparative accomplie et plus précisément les tableaux de résultats.

Voici les résultats par rapport au thème de l'informatique (mot clé : ordinateur) :

✓ **Google :**

URL	PR	mot clé dans Titre	mot clé dans URL	occurrence	moyenne
http://fr.wikipedia.org/wiki/Ordinateur	6	8	5	10	7,25
http://www.rueducommerce.fr/Ordinateurs/	4	7	5	10	6,5
http://www.topachat.com/micro/index_pc.php	4	6	0	8	4,5
http://www.commentcamarche.net/pc/pc.php3	5	8	0	10	5,75
http://www.quelordinateur.com/	3	6	7	6	5,5
http://www.cddiscount.com/informatique/ordinateurs-pc-portables/v-10709-10709.html	1	7	4	6	4,5
http://sebsauvage.net/comprendre/	4	5	0	0	2,25
http://www.boulangier.fr/	5	5	0	5	3,75
http://www.gnu.org/philosophy/can-you-trust.fr.html	6	5	0	0	2,75
http://www.priceminister.com/nav/Informatique_Ordinateur-portable	4	7	4	10	6,25
moyenne de la page	4,2	6,4	2,5	6,5	4,9

✓ **Yahoo :**

URL	PR	mot clé dans Titre	mot clé dans URL	occurrence	moyenne
http://fr.wikipedia.org/wiki/Ordinateur	6	8	5	10	7,25
http://fr.wikipedia.org/wiki/Ordinateur_personnel	6	6	5	6	5,75
http://www.priceminister.com/nav/Informatique_Ordinateur-de-bureau	5	8	4	10	6,75
http://www.pixmania.com/fr/fr/informatique/ordinateur/105/9/categorie.html	0	7	4	8	4,75
http://www.commentcamarche.net/pc/pc.php3	5	8	0	10	5,75
http://fr.wiktionary.org/wiki/ordinateur	3	8	4	5	5
http://desencyclopedie.wikia.com/wiki/Ordinateur	3	8	4	6	5,25
http://www.dell.fr/ordinateurs	0	5	4	5	3,5
http://www.chez.com/laurenjo/Encyclopedia/Data/hypertext/O/R/ordinateur.HTML	0	10	3	0	3,25
http://www.ciao.fr/Ordinateurs_et_Serveurs_171284_2-ordinateur_personnel	4	5	4	6	4,75
moyenne de la page	3,2	7,3	3,7	6,6	5,2

✓ **Xtrem-find :**

URL	PR	mot clé dans Titre	mot clé dans URL	occurrence	moyenne
http://www.01-location-ordinateur.com/	3	3	7	10	5,75
http://www.dooyoo.fr/ordinateur-portable/	5	5	5	10	6,25

http://www.docteurordinateur.com/	4	3	6	5	4,5
http://www.grosbill.com/	5	3	0	0	2
http://www.ordinateurs-occasions.com/	4	5	7	10	6,5
http://informatique.kelkoo.fr/c-111801-ordinateur-pc-mac.html	5	5	4	10	6
http://www.sos-ordinateur-94.fr/	2	0	6	0	2
http://www.ordinateurs-de-vote.org/petition/	6	0	6	0	3
http://www.ciao.fr/PC_portables_171281_2	0	0	0	0	0
http://www.ordinateur.com/	3	7	10	0	5
moyenne de la page	3,7	3,1	5,1	4,5	4,1

✓ Xpanss :
✓

URL	PR	mot clé dans Titre	mot clé dans URL	occurrence	moyenne
http://fr.wikipedia.org/wiki/Ordinateur	6	8	5	10	7,25
http://www.dooyoo.fr/ordinateur-portable/	5	5	5	10	6,25
http://fr.wikipedia.org/wiki/Ordinateur_personnel	6	6	5	6	5,75
http://www.01-location-ordinateur.com/	3	3	7	10	5,75
http://www.rueducommerce.fr/Ordinateurs/	4	7	5	10	6,5
http://ordinateur.ca/	0	10	10	10	7,5
http://www.docteurordinateur.com/	4	3	6	5	4,5
http://www.rueducommerce.fr/Ordinateurs/3-Ordinateur-Portable/	4	5	6	10	6,25
http://nettordinateur.com/	0	4	5	0	2,25
http://www.topachat.com/micro/index_pc.php	4	4	0	8	4
moyenne de la page	3,6	5,5	5	7,9	5,6

Voici les résultats par rapport au thème de la santé (Mot clé : produits biologiques) :

✓ Google :

Résultat	PR	TITRE	URL	Occurrence	moyenne
http://www.naturalia.fr/index.asp	4/10	Oui (5/10)	0/10	14.3% 10/10	4.75/10
http://environnement.doctissimo.fr/proteger-la-terre/manger-bio/	4/10	Oui (5/10)	0/10	12.5% (7/10)	4/10
http://actualites.net-femme.com/actu_Produits_Bio,568.html	3/10	Oui 5/10	Oui 5/10	0/10	3.25/10
http://www.biocoop.fr/	5/10	0/10	0/10	0/10	1.25/10
http://www.biofeeling.com/	3/10	Oui 5/10	0/10	11.5% (9/10)	4.25/10
http://www.biocenter.fr/	3/10	5/10	0/10	0/10	2/10
http://www.produitsbiologiques.com/	0/10	6/10	10/10	0/10	4/10
http://www.rezobio.com/	4/10	5/10	0/10	0/10	2.25/10
http://www.autourdubio.com/	4/10	6/10	0/10	0/10	2.5/10
http://www.terramadre.fr/	4/10	7/10	0/10	10/10	5.25/10

✓ **Yahoo :**

Résultat	PR	TITRE	URL	Occurrence	moyenne
http://www.produits-biologiques.fr/	2/10	0/10	10/10	0/10	3/10
http://www.bio-produits.com/	4/10	5/10	0/10	14% 10/10	4.75/10
http://www.biosens.ch/	3/10	Oui (5/10)	0/10	6.7% (4/10)	3/10
http://www.produits-bios.com/	3/10	Oui 7/10	Oui 7/10	16% 10/10	6.75/10
http://www.produits-biologique.com/	0/10	0/10	10/10	0/10	2.5/10
http://www.intelligenceverte.org/Produits-biologiques-d0.as	3/10	8/10	5/10	0/10	4/10
http://www.indexa.fr/entreprises/annuaire/alimentation/dietetique-produits-biologiques	5/10	6/10	5/10	0/10	4/10
http://www.comptoirgastronomique.com/produits-biologiques-c-34.html	0/10	8/10	5/10	0/10	3.25/10
http://www.biocbio.com/	3/10	6/10	0/10	6.7% 4/10	3.25/10
http://www.bio-shopping.fr/	4/10	7/10	0/10	8.7% 6/10	4.25/10

✓ **Xtrem-Find :**

Résultat	PR	TITRE	URL	Occurrence	moyenne
http://www.ecologie-d-alain.com/	5/10	0/10	0/10	14.3% 10/10	3.75/10
http://www.biologie-ariège.com/	0/10	Oui (6/10)	0/10	10%(7/10)	4/10
http://www.medecines-douces.com/annuaire/an_bio.htm	3/10	Oui 6/10	0/10	14% 10/10	4.75/10
http://www.accord-nature.com/	4/10	0/10	0/10	0/10	1/10
http://www.lm-nature.com/	3/10	0/10	0/10	11.5% (9/10)	0.75/10
http://bio-logique.info/	3/10	4/10	0/10	14% 10/10	4.25/10
http://www.biosantevie.com/	4/10	6/10	0/10	0/10	2.5/10
http://www.bio-antibes.com/	2/10	7/10	0/10	7% 5/10	3.5/10
http://www.cebio.fr/PRO/index.php	3/10	0/10	0/10	0/10	0.75/10
http://www.amisdelaferme.fr/	4/10	0/10	0/10	0/10	1/10

✓ Xpanss :

Résultat	PR	TITRE	URL	OCCURRENCE	MOYENNE
http://environnement.doctissimo.fr/proteger-la-terre/manger-bio/	4/10	Oui (5/10)	Non (0/10)	12.5% (7/10)	4/10
http://www.biocoop.fr/	5/10	0/10	0/10	0/10	1.25/10
http://www.cartvquebec.com/faq/import-export.asp	3/10	0/10	0/10	0/10	0.75/10
http://www.quebecvrai.org/	4/10	Oui 7/10	0/10	0/10	2.25/10
http://www.produitsbiologiques.co	0/10	Oui 8/10	OUI (10/10)	0/10	4.5/10
http://www.le-sauzet.fr/	3/10	Oui (6/10)	Non (0/10)	4.80%(3/10)	3/10
http://www.environmentallevage.com/produits_biologiques_pour_centre.htm	4/10	5/10	Oui 5/10	12.50%(7/10)	5.25/10

http://www.biolavie-ariège.com/	0/10	Oui (7/10)	Non (0/10)	14%(10/10)	4.25/10
http://www.medecines-douces.com/annuaires/an_bio.htm	3/10	Oui (7/10)	Non (0/10)	14%(10/10)	5/10
http://www.ecologie-d-alain.com/	5/10	non (0/10)	non (0/10)	14%(7/10)	4.75/10

Proposition d'un article sur l'Xpanss-Ranking (XR)

C'est quoi Xpanss-Ranking (XR) ?

Xpanss Rank ou « **XR** » est la toute dernière technologie inventée par le groupe A2WM.

L'Xpanss-Ranking ou XR est un score de cotation d'une page Web (URL) qui indique le poids et les chances que cette URL soit bien positionnée sur les moteurs de recherche les plus importants par rapport à un mot clé donné.

Ce scoring est calculé selon un algorithme soigneusement étudié prenant en considération plusieurs critères et variables à savoir :

✓ L'indice de popularité ou PR

C'est un critère de pertinence calculé par le moteur de recherche Google pour classer les résultats d'une requête (mot clé) lancée par l'internaute. Cet indice dépend essentiellement du nombre de liens " pointant " vers une page ou un site Web. L'échange de liens influencera directement **cet indice de popularité**.

Pour deux pages traitant d'un même thème, celle ayant le meilleur Page Rank sera souvent classée en haut des résultats de recherche, surtout pour les requêtes très concurrentielles.

Il faut noter que pour évaluer le PR d'une page, Google ne s'intéresse pas uniquement à la quantité (nombre de liens entrants), mais aussi le mastodonte des moteurs de recherche s'appuie sur la qualité de ces liens: le texte du lien qui doit être aussi un mot clé pertinent, le thème et le poids du site pointant le lien.

Autrement, Google agit selon la qualité des sites qu'un site pourra « fréquenter »: Dis moi qui tu fréquentes et je te diras qui tu es. C'est ainsi que Google juge de la pertinence d'une page Web pour lui accorder une position dans ses résultats, par rapport à un mot clé spécifique. Bien sûr, plus le poids est élevé (> à 3/10) plus la chance de visiter un site augmente.

✓ Le nombre de backlinks (nombre de liens entrants)

L'Xpanss Ranking augmente, aussi, si le nombre des liens pointant vers le site ou la page web augmente et si ces liens enregistrent à leur tour un bon scoring. En plus des critères pris en compte par Google dans son PR, XR varie en fonction d'autres critères pertinents dans la mesure où la combinaison des deux scoring permet d'afficher des résultats plus pertinents par rapport à une requête lancée par un internaute et d'accorder à ce dernier une meilleure expérience de navigation.

Chaque lien constitue à la fois une attestation ou une certification qu'un site est spécialiste dans le domaine du mot clé recherché et une recommandation d'aller voir ce site. Mais il faut que le certificateur ou le site qui fait la recommandation soit aussi spécialiste dans le domaine en question et que Google le perçoive positivement (avoir un bon score). Un lien sortant d'un site de voyage vers un site de réservation d'hôtels n'a pas le même impact qu'un lien sortant d'un site de vêtement.

✓ Le poids (scoring) des sites origines de ces backlinks.

Nous insistons sur le fait que l'Xpanss Ranking d'une page augmente lorsque de nombreuses pages font un lien vers elle, mais aussi lorsque ces mêmes pages ont un PR élevé.

✓ L'URL, les balises « title » et « description » de la page.

✓ **L'URL**

L'URL doit contenir un mot clé pertinent.

✓ **La balise <title> :**

La balise <title> correspond au **titre de la page**, affiché en haut de la fenêtre du navigateur Internet.

Le titre fournit une source essentielle d'information aux visiteurs, mais également aux moteurs de recherche.

✓ **La balise ="description" :**

La balise ="description" permet d'influencer les moteurs de recherche quant à l'**extrait du contenu de vos pages qu'il affichera lors d'une requête**. Avec cette balise, le moteur de recherche affichera un extrait de la page contenant le mot clé tapé par l'internaute.

Cependant, la présence de la balise ="description" ne garantit en rien l'affichage de la page, dans les résultats du moteur... encore faut-il qu'il existe

une **cohérence entre le titre de la page, le contenu de la balise description, le contenu rédactionnel et L'URL** de la page.

✓ **L'indice d'occurrence du mot clé**

Les sites qui se distinguent par leur qualité sont affectés d'une valeur Xpanss Rank plus élevée. Cet outil ne se contente pas de compter le nombre d'occurrences d'un terme de recherche dans une page, il examine différents aspects du contenu de cette page (et du contenu des pages liées à celle-ci) afin de déterminer si elle correspond à la requête proposée.

La mise en place d'Xpanss-Ranking va permettre aux visiteurs de constater la bonne qualité et l'optimisation de nos résultats par rapport à des mots clés bien précis.

Le Xpanss Rank est donc un système de scoring allant de 0 à 10 permettant aux internautes de juger de la pertinence des résultats des principaux moteurs.

Xpanss-Ranking englobe tous les critères d'évaluation utilisés par les différents moteurs dans une seule notation.

L'intérêt du XR est qu'il est calculé pour un site ou pour une page, par rapport à un mot clé précis. **Un site peut avoir différents XR sur différents mots clés, et ceci ne pourrait être qu'une marque de pertinence.**

✓ **Et, bien d'autres facteurs...**

Est ce que le chef Google divulgue toutes ses recettes de cuisine? ...

Et, bien nous c'est pareille!

**MERCI DE VOTRE ATTENTION,
L'équipe A2WM.**