

28.02.2005 - 11:00 Uhr

## Agence Virtuelle SA révèle son étude européenne sur le comportement des internautes dans les moteurs de recherches, Ask.com vient bousculer les leaders

Genève (ots) -

L'étude réalisée auprès de 1'149 personnes, réalisée du 2 au 12 février 2005 illustre la suprématie de Google, mais quelques points faibles se révèlent, la guerre de succession commence: clusty.com est déjà devant le moribond altavista.com, mais c'est surtout Ask.com qui se révèle un sérieux outsider.

Agence Virtuelle SA, [www.agencevirtuelle.com](http://www.agencevirtuelle.com), search marketing agency experte en gestion de marques, du déploiement au référencement éthique (Search Marketing), révèle son étude européenne sur la popularité des moteurs de recherche, lors de Search Engine Strategies 2005 à New-York, sur son stand 2229, ce lundi 28 Février à 11h00.

Les grandes tendances

1. Google est toujours le moteur le plus apprécié avec 72% des internautes qui pensent que Google délivre les meilleurs résultats, ce taux tombe à moins de 69% pour les Seniors.
2. AskJeeves devient l'outsider avec 14,2% d'utilisateurs contre à peine 8,2% pour Yahoo. Son expertise en langage naturel séduit de plus en plus d'internautes. MSN est encore relégué dans l'ombre et le lancement récent de son MSN Search n'a pas encore porté ses fruits.
3. AskJeeves est plus fort sur la cible des + de 35 ans, alors que Yahoo est plus populaire sur les 25-34 ans.
4. AskJeeves a déjà été utilisé par plus de 50% des anglais, et la campagne de publicité qui démarre aux USA risque de faire d'Ask.com l'outsider face aux 3 mastodontes Google, Yahoo et MSN.
5. Au niveau des techniques de référencement et de promotion, la compréhension des différences entre le référencement naturel (la partie gauche de Google, par exemple: <http://www.google.ch/search?hl=fr&q=search+marketing+agency&btnG=Recherche+Google&meta=>) et la promotion (partie droite de Google) reste nébuleuse pour les internautes. Même les aficionados de l'Internet cliquent à 71,1% sur les liens sponsorisés alors que ce même taux de clics sur les liens sponsorisés tombe à 58% pour la cible des 16-24 ans.

NOTES AUX EDITEURS

Etude complète de 56 pages réalisée par Agence Virtuelle SA, disponible sous simple demande sous [virginie@agencevirtuelle.com](mailto:virginie@agencevirtuelle.com)

A propos d'Agence Virtuelle SA

Agence Virtuelle SA, [www.agencevirtuelle.com](http://www.agencevirtuelle.com), créée à Genève en mars 1996, avant d'ouvrir des bureaux à Londres et à Paris, est experte en Référencement Ethique. La société propose 7 services intégrés ou à la carte pour aider ses clients à générer plus de visibilité et de ventes; les services: Gestion des Noms de Domaines, Intelligence Economique, Déploiement de sites, Hébergement, Référencement optimisé, Promotion ciblée (liens sponsorisés) et Gestion de contenu (CMS). Les références incluent des marques telles que Swiss Tourism, Colgate, Energizer, Audemars Piguet, Visilab ou easyJet.

Contacts:

Du 28 Février au 3 Mars 2005

Agence Virtuelle SA, Stand 2229, Search Engines Strategies New York

Hilton New York - 1335 Avenue of the Americas, NYC, NY 10019, USA

Tel: +1/212/261'5755, demander Agence Virtuelle, stand 2229

Tel. +41/(0)22/817'37'17

E-Mail: virginie@agencevirtuelle.com

stephane@agencevirtuelle.com

Agence Virtuelle SA

9 rue Bovy-Lysberg

1204 GENEVE, Suisse

AgenceVirtuelle.com SAS

140, avenue des Champs-Élysées

75008 PARIS, France

Agence Virtuelle UK (Ltd)

Salisbury Street, Station Road

CB1 2LA CAMBRIDGE, UK

Agence Virtuelle (USA) Inc.

1819 Polk Street # 323

SAN FRANCISCO, CA 94109, USA

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100002403/100486677> abgerufen werden.