

Comment les internautes lisent les résultats de recherche ?

Je vous propose une petite synthèse de [ce dossier sur le journaldunet](#) présentant les résultats d'une étude consacrée à ce sujet.

Pas de grandes nouveautés car la course au référencement sur les moteurs de recherche avaient déjà livré quelques uns de ces secrets pour "influencer l'internaute", mais intéressant notamment pour travailler sur les conseils qui vont éclairer les chercheurs amateurs du net.

" Aujourd'hui, du fait de la part croissante des contenus disponibles sur le Web, la recherche d'informations ou de sites est l'une des principales activités des internautes sur le Net.

De fait, les moteurs de recherche, avec leurs pages de résultats classés par ordre de pertinence, sont devenus de quasi passages obligés, amenant les éditeurs de sites à développer des stratégies subtiles de référencement naturel ou payant.

Mais comment les internautes lisent-ils ces résultats ? Combien en voient-ils ? Ce nombre évolue-t-il en fonction de l'objet de la recherche ? Quelle est l'influence de la position du résultat dans la page ? Quels sont les éléments auxquels les internautes sont attentifs dans leur lecture des résultats ? "

Cette étude a utilisé le eyes-tracking, technique qui permet de suivre le parcours des yeux sur une page Web, puis de reconstruire une carte qui matérialise par des zones de couleurs, les endroits où l'internaute a posé son regard.

Petite synthèse sur les différents points retenus :

- **Une lecture linéaire**
Conséquence : plus un résultat sera bas dans la page, moins les internautes y consacreront du temps et de l'attention.
- **Au moins 4 résultats lus**
Quelle que soit la position du résultat sur lequel cliquent les internautes, la majorité d'entre eux verront au moins trois à quatre résultats.
- **La position conditionne le taux de clics**
Plus un résultat sera bas dans la page, moins il a de chance d'être vu et cliqué.
- **La position influence surtout les recherches d'information**
Pour la recherche d'information, l'influence de la position du bon résultat dans la page est encore plus déterminante.
- **La confiance explique la prime au premier résultat**
Les internautes accordent leur confiance à la pertinence du classement effectué par les moteurs de recherche.
- **La longueur du résumé profite aux recherches d'information**
Quand il s'agit de mettre en avant un site sur les moteurs de recherche, mieux vaut

tabler sur un résumé court.

- **Le résumé prime sur l'URL**

L'attention portée à l'URL décroît à mesure que la taille du résumé augmente.

[Lire le dossier complet](#)

** Pour en savoir plus (liens connexes du dossier sur le journaldunet)*

[Les moteurs de recherche les plus utilisés dans le monde](#)

[A chaque recherche, son moteur ?](#)

[Moteurs de recherche : le comparatif Google-Yahoo-MSN](#)

[Moteurs de recherche Web : plus de 15 ans d'histoire](#)