

NOTE D'EXPERT #1 – Juin 2010

Stratégie de modification des Whols dans le cadre d'un réseau de sites

1 - Contexte

L'impact de la modification des informations du Whols est objet à débat depuis quelques années dans la communauté SEO internationale. Il n'existe aujourd'hui pas de consensus globalement accepté sur les effets néfastes potentiels d'un changement de propriétaire d'un nom de domaine.

Depuis la création des noms de domaines (NDD) en 1985, un système d'archives suit les modifications apportées aux informations du Whols de chaque domaine.

Depuis janvier 2005, Google est registrar de NDD. Ils ont reconnu en février de la même année utiliser des données réservées aux registrars pour « améliorer la qualité » des résultats de recherche. La société n'a depuis jamais commercialisé l'enregistrement de NDD. Pour certains observateurs, Google a souhaité avoir accès à ces informations afin de pouvoir éliminer le PR passé lors de transferts de NDD.

En avril 2008 lors d'une conférence sur le référencement, Matt Cutts a déclaré que « si un NDD change de propriétaire, Google réinitialise la valeur des liens à zéro / proche de zéro ». Il semble toutefois qu'il faisait référence à la valeur des liens pointant vers des NDD expirés. Pour certains référenceurs prudents, cela pourrait également signifier que Google se réserve le droit de la faire en cas de besoin.

Lors de la même conférence, Matt Cutts a abordé la question des problèmes que pouvaient encourir les autres sites d'une même société lorsqu'un de ses sites rencontrait des difficultés avec Google. Si il a exclu des retombées négatives automatiques sur les autres sites, il a reconnu qu'un problème détecté sur un site avait souvent pour conséquence d'entraîner une revue de l'ensemble des sites du réseau¹.

Pour détecter les réseaux de sites, Google utilise différentes techniques : informations du Who Is, structure du code source (design identique), etc ..

¹ Compte rendu de la conférence : <http://www.johnon.com/543/mattcutts-domainroundtable.html>

2 – Comment modifier les informations du Whols des NDD d'un réseau de sites

L'un des principaux intérêts de posséder un grand nombre de sites réside dans la possibilité de créer un faisceau de liens entre sites ayant une thématique identique ou annexe à celui du site cible. Lors de la mise en ligne des différents sites, il est primordial d'attribuer à chaque site un objectif clair :

- site principal à positionner sur un grand nombre de requêtes,
- site secondaire à positionner sur quelques requêtes de niche,
- site d'échange pensé pour poser des liens vers des sites tiers

Multiplier le nombre de déposants

Pour brouiller les pistes, il semble nécessaire de multiplier le nombre de déposants des NDD. Il nous paraît également important de répartir les sites stratégiques sur plusieurs détenteurs.

Adopter une approche par type de site

Si vous êtes le déposant d'un grand nombre de NDD, il est pertinent de mettre en place une stratégie d'évolution du Whols de vos sites. Afin d'éviter d'éventuels désagréments, nous vous conseillons d'adopter une approche par type de site :

- Tous nouveau NDD acheté doit l'être sous un nom pas encore utilisé
- Modification immédiate des Whols des NDD en parking
- Modification progressive des Whols des sites secondaires et d'échanges.
- Pas de modifications des Whols des sites principaux.

3 – Conclusion

La mise en place d'une stratégie de diversification des informations du Whols ne représente qu'une étape pour masquer efficacement le réseau de sites à Google. Il doit de plus être manié avec précaution et dans le temps afin que les modifications apportées semblent être naturelles. Il faut notamment éviter tous mouvements réguliers pour privilégier une évolution déstructurée du Whols tant en terme de planning qu'en nombre de sites traités à chaque fois. Nous pensons en effet que toutes modifications trop rapides du Whols pourrait être pousser Google à regarder de plus près notre réseau et à interpréter les modifications comme une tentative de dissimulation du réseau.

Il est de plus important de noter que Google dispose d'autres éléments pour détecter les réseaux de sites : les adresses Ip, les designs (code source) par trop similaires, etc ...

Bien entendu de telles précautions n'ont un sens dans le cadre d'un réseau complexe de sites proposant des contenus originaux, non dupliqués et écrits par des humains.



SEO MAROC

Agence de web marketing, SEO Maroc est un spécialiste du **référencement au Maroc**. Notre agence développe au quotidien des techniques de création de trafic efficaces et respectueuses des recommandations des principaux moteurs de recherche.