



# Optimiser sa recherche sur Google

Pour optimiser vos recherches sur Google, sachez que :

- le moteur de recherche ne reconnaît pas la casse. Il ne sait donc pas différencier les majuscules des minuscules.
- l'ordre des mots a un impact sur les résultats ainsi que la répétition des termes.
- par défaut, les résultats de recherche sont liés à votre localisation.

Il est possible d'utiliser des opérateurs afin d'affiner votre recherche :

**AND** permet de chercher 2 ou plusieurs termes à la fois.

*ex : boulanger AND Rennes vous donnera une liste de sites de boulangerie exclusivement situés sur Rennes.*

**OR** permet d'obtenir des résultats liés à l'un ou l'autre terme de recherche ou les deux termes ensembles.

*Ex : marathon OR trail vous donnera une liste de sites vous proposant soit des marathons, soit des trails, soit les deux.*

**NOT** permet d'exclure un mot de la recherche.

*Ex : recette tarte NOT chocolat vous permet d'accéder à des sites proposant des recettes de tartes sans chocolat*

Les guillemets "..." permettent de rechercher une expression exacte au sein d'un site web.

*Ex : « Hub Bretagne » vous proposera tous les sites comprenant précisément l'expression « Hub Bretagne » dans son contenu.*

L'astérisque \* vous permet de remplacer un mot inconnu ou plusieurs lettres par un joker.

*Ex : « Ingénieur \* électrique » peut vous permettre d'accéder à des sites évoquant le métier d'ingénieur en génie électrique*



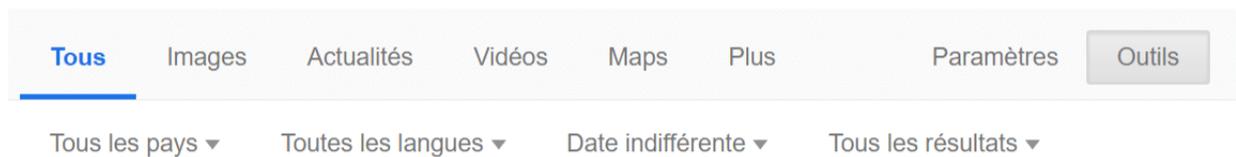


Les deux points .. entre deux chiffres peut vous faire une requête avec une fourchette entre deux chiffres.

Ex : « Ordinateur 300€..500€ » ciblera des annonces proposant des ordinateurs vendus entre 300€ et 500€.

## Affiner vos résultats avec les outils Google

Pour affiner encore les résultats obtenus à la suite de votre requête initiale, vous pouvez, dans la barre de menu sous le champ de recherche, cliquer sur **Outils** (à l'extrême droite) **pour afficher des filtres supplémentaires à appliquer à votre recherche.**



Voici quelques outils de filtrage et leur utilité :

**Filtre par lieu** : Google détecte automatiquement votre localisation et adapte ses résultats mais vous pouvez modifier ce paramètre (utile, par exemple, si vous êtes en voyage).

**Filtre de langue** : limitez les résultats à une seule langue

**Filtre de date** : limitez les résultats en fonction de leur date de publication sur le Web (très pratique si vous voulez trouver des articles récents ou connaître les dernières avancées sur un sujet donné).

**Filtre par type de résultat** : le filtre "mot à mot" permet de limiter la recherche aux termes exacts saisis (y compris les fautes d'orthographe)

**Les outils disponibles dépendent du type de recherche effectuée** (premier niveau du menu de recherche). Si vous cherchez une vidéo ou un article d'actualité, les filtres accessibles seront différents.



# Filtrer les résultats avec les opérateurs avancés

Pour obtenir des résultats encore plus précis, il est possible de **filtrer manuellement les résultats en intégrant des opérateurs avancés**. Il est alors possible de restreindre la recherche à un seul site ou de se concentrer sur l'occurrence d'un mot-clé uniquement dans les titres, ou dans l'url, ... ou bien d'obtenir une liste de sites similaires à un site que l'on connaît, etc.

	Type de recherche	Résultat obtenu	Exemple
<b>site:</b>	Limiter la recherche à un site précis ou connaître toutes les pages indexées d'un site	Pratique si le contenu d'un site est important et qu'il ne comprend pas de moteur de recherche interne.	Outils site:c-marketing.eu
<b>filetype:</b>	Rechercher un type de fichier spécifique (PDF, JPG ou autre)	Google regorge de documents à télécharger. Vous pouvez préciser le type de fichier recherché sur un sujet donnée.	Linkedin filetype:PDF
<b>link:</b>	Trouver les liens qui pointent vers un site	Attention cet opérateur n'est plus suivi depuis début 2017.	link:google.com



<b>inurl:</b>	Limiter la recherche aux pages incluant le mot clef dans leur adresse internet		
<b>intitle:</b>	Chercher un mot/expression clé spécifique dans le titre d'une page/document	Attention, Google modifie parfois les titres, ce qui peut avoir un impact sur les résultats.	Intitle:"top 10"* inbound marketing
<b>intext:</b>	Limiter la recherche au corps de la page / du document	Force Google à trouver le texte dans le corps du document.	
<b>related:</b>	Rechercher des sites ou des pages similaires	Fait apparaître une liste de sites du même genre que celui que l'on a indiqué.	related:facebook.com