

Google Sandbox

Comprendre en détail la Google sandbox

Auteur : Tony Archambeau

Site web : <http://www.infowemaster.fr>

Date : 02 avril 2009

Licence : mis à disposition selon les termes de la **licence Creative Commons Paternité-Pas de Modification 2.0 France**. Vous êtes libres de reproduire, distribuer et communiquer cette création au public à la condition de ne pas faire de modifications et de faire un lien vers <http://www.infowebmaster.fr>.

Préambule

Ce présent ouvrage a pour but de faire partager un grand nombre de connaissances en rapport avec la Google Sandbox. Ce terme est obscur et un peu flou comme de nombreux autres savoirs liés aux mondes du référencement. Bien que les écrits aient été travaillés pour être le plus objectifs possibles, une certaine interprétation personnelle de l'auteur peut se faire ressentir dans certains passages.

En théorie, une simple mise à jour de l'algorithme Google peut rendre ce livre totalement dépassé et faux. Néanmoins, certaines informations resteront vraies un certain temps car ça reste des fondamentaux pour Google et la recherche d'information d'une manière générale.

Il ne tient qu'à vous, si vous le souhaitez, de croiser les informations pour éviter de n'avoir qu'un seul point de vue sur le sujet.

Sommaire

Préambule	2
Sommaire	3
Traduction	4
Explications.....	4
Historique	5
La sandbox n'est pas la BlackList.....	5
Pourquoi Google a créé la sandbox?.....	6
Sandbox plus forte pour certaines thématiques ?.....	6
Comment savoir si un site est dans la sandbox ?.....	7
Comment éviter la sandbox ?.....	8
Méthodes pour éviter le bac à sable.....	9
Penser aux autres sources de visiteurs	10
Combien de temps ça dure ?.....	11
Comment sortir un site de la sandbox ?.....	11
Attendre	11
Raccourcir la période de sandbox	11
Solution alternative	11
Méthode plus radicale.....	12
Analyse par Google du nombre de requête par jour	12
Amélioration du positionnement après la sandbox.....	13
Effet négatif	13
Plus de liens sur toutes les pages d'un site	13
Plus de liens massifs vers une source.....	13
Achat sur Google Adwords.....	14
Est-ce que le spam a régressé face au sandbox ?	14
Conclusion	15

La **Google SandBox** est une pénalité mise en place par Google sur les nouveaux sites dans le but de lutter contre le spam. Cette pénalité se constate par un déclassement ou une difficulté à bien se positionner sur le moteur de recherche pour une durée allant de 1 semaine à plusieurs mois. Cet article va présenter en détail ce phénomène pour mieux le comprendre et l'appréhender.

Traduction

Ce terme « SandBox » est anglais, comme pour un très grand nombre de vocabulaire technique lié au monde du référencement. La première étape pour que tout le monde puisse comprendre de quoi il s'agit consiste à traduire le terme en français. Pour ce faire il faut décomposer le terme en deux mots « sand » et « box » :

- **Sand** : Cela signifie « sable ».
- **Box** : Tout bonnement « boîte » ou « caisse ».

Le terme « sandbox » (en un seul mot) est un mot américain qui peut se traduire par « Bac à sable ». De toute façon c'est la traduction la plus logique en vue des deux mots traduit précédemment (sable et boîte). Par contre, je tiens à préciser que le mot « Bac à sable » se traduit par sandpit en Grande-Bretagne.

Il faut bien noter que le mot « bac à sable » en français est masculin, néanmoins le terme anglais « sandbox » est quant à lui féminin. C'est la raison pour laquelle on dit « **le** bac à sable » et « **la** sandbox ».

Quelques personnes s'efforcent de masculinisé ce mot en partant du principe que la traduction française est au masculin. Or, cela n'est à mon goût pas nécessaire car à titre d'exemple on dit bien « **un** skateboard » et « **une** planche à roulette ».

Explications

La Sandbox (ou l'**effet Sandbox** ou encore le **phénomène Sandbox**) est une pénalité qui peut s'appliquer à n'importe quel site en dépit de sa taille (nombre de pages) et de son contenu (sauf visiblement les sites avec une extension de domaine .gov, .edu et .mil). Cela peu avoir de lourde conséquence pour un site puisque cette punition décline fortement toute les pages d'un site (même les sous-domaines), parfois même pour des requêtes très peu populaire. Pour les plus optimistes il s'agit là de faire ses preuves dans le bac à sable pour ensuite pouvoir retrouver la cours des grands. Tandis que pour les pessimistes la sandbox rime avec « traversé du désert ».

Les explications sont un peu floues sur ce phénomène, il y a parfois des avis qui diverges on peut noter ces exemples notamment :

- ◆ Certains référenceurs affirment que ça touche tous les nouveaux sites sans exceptions, alors que d'autres pensent que ça touche uniquement des sites ciblés.
- ◆ Certains affirment que ça touche les nouveaux sites alors que d'autres pensent que ça peut aussi toucher les sites plus vieux, mais il semblerait dans ce genre de cas que la sanction soit mérité car le webmaster à fait quelque chose de travers pour mériter une lourde pénalité.

- ◆ Certains référenceurs disent que le site est mis en quarantaine (jusqu'à ce qu'il fasse ses preuves), alors que d'autres pensent qu'il est dans une file d'attente virtuelle pour déterminer son niveau de confiance. D'après ce que j'ai pu voir plus un site est mauvais (ou sur-optimisé) et plus il reste longtemps en sandbox. Par conséquent, mon avis personnel sur ce point c'est que le site est mis en quarantaine jusqu'à ce que Google puisse trancher en sa faveur.
- ◆ Certains diront que la sandbox est une pénalité et d'autres s'acharneront à dire que ce n'est pas une pénalité mais une succession de filtre.

Personnellement je pense (et ça ne concerne que moi) que l'on peut distinguer deux types de Sandbox :

- ◆ La sandbox pour les jeunes sites. Les sites relativement jeunes (moins d'un an) doivent alors faire leurs preuves s'il y a un soupçon par Google que ce soit du spam.
- ◆ La sandbox pour les sites qui ont fait des erreurs. Il s'agirait en quelques sortes d'une pénalité accordée au site. En corrigeant l'erreur (et en attendant un peu) il est possible de corriger le tir.

Malgré le fait que les conséquences de ces deux pénalités sont presque les mêmes, les causes tant qu'à elles ne sont pas identiques. Ainsi il n'est pas forcément extrêmement important de savoir exactement ce que c'est (d'ailleurs personne ne sais avec une extrême précision, mis à part les ingénieurs Google), mais bien de savoir comment en éviter les causes.

Historique

La première fois que l'on a pu constater cet effet c'était en début 2004, plus précisément lors de grosse mise à jour qu'a fait Google. A ce moment là il y a eu de long débat sur cette sandbox pour savoir si elle existait réellement ou s'il ne s'agissait pas d'une nouvelle pénalité ou d'une modification plus sévère des filtres anti-spam. Néanmoins les effets étaient bel et bien constatés, c'est la raison pour laquelle certains ont appelé ça « l'effet sandbox » ou le « phénomène sandbox » (certains continuent d'utiliser ce terme de nos jours).

De nos jours j'ai vu des webmasters affirmer que l'on ne savait toujours pas **officiellement** (de la bouche de Google) si ça existait, mais j'ai lu une source anglaise qui date de décembre 2006 et disait que Google avait confirmé que ça existait (malheureusement le webmaster ne se souvient plus où il avait vu ça).

La sandbox n'est pas la BlackList

Bien que la sandbox soit une pénalité qui s'applique à toutes les pages d'un site web, elle se révèle fortement différente de la BlackList. Un site qui est en BlackList ne sera plus du tout présent dans l'index de Google, tandis qu'un site dans la sandbox sera présent dans l'index Google mais fortement déclasser sur de nombreuses requêtes.

Lorsqu'un site est Blacklisté c'est qu'il l'a généralement mérité, à cause de pratique un peu douteuse que Google ne cautionne pas. C'est la raison pour laquelle il est totalement désindexé de Google. Néanmoins, si un site fait des petites « erreurs » lors de ces débuts il ne mérite peut-être pas d'être

totalemment désindexer, mais il faut que Google s'assure que ce n'est pas du spam, c'est la raison pour laquelle à la place il va dans le bac à sable pour faire ses preuves et éventuellement corriger ce qui ne va pas.

Pourquoi Google a créé la sandbox?

L'effet SandBox a semble t'il été créé pour lutter contre le spam sur le web et également lutter contre les sites qui essaient de tricher ou d'améliorer de manière industrielle le positionnement de leur site. Ce dernier est un véritable fléau que Google et les autres moteurs de recherche essaie de combattre pour proposer aux internautes des résultats de recherche pertinent. Il est vrai que Google possède de nombreux algorithmes très poussés pour déterminer si un site propose du contenu intéressant et de qualité, mais malheureusement cela prend un peu de temps à analyser un site et c'est souvent à partir de la quantité de liens entrant qu'il est possible de découvrir un site de spam.

Avant la mise en place du bac à sable, Google pouvait donc indexer un site très rapidement et le mettre en place dans ces résultats. Si le site se révèle être que du vulgaire spam, Google arrive à le déterminer et le supprime de son index. Malheureusement, cela peut parfois prendre un peu de temps, de quelques jours à quelques semaines. Et pendant ce laps de temps le site de spam à récolter un nombre impressionnant de visiteurs en provenance de Google.

Vous me direz que maintenant la menace est loin, mais vous vous trompez. Les spammeurs sont malin et peuvent facilement et rapidement créer un nouveau site, il leur suffit d'acheter un autre nom de domaine et de changer éventuellement un peu le contenu de leur site, puis de mettre en ligne le tout et de recommencer le spam pour ce nouveau site. Encore une fois Google finira par découvrir la supercherie mais cela prendra du temps et pendant ce temps là le site de spam récoltera des visiteurs en provenance de Google. Ce type de manipulation est finalement très lucrative.

Pour lutter contre cette technique, la sandbox de Google met chaque nouveau site dans une sorte de purgatoire pour savoir s'il est bon ou mauvais. Au début quelques référenceurs pensaient qu'il fallait juste attendre une période de X mois avant de sortir de ce purgatoire. Malheureusement il faut se mettre à la place des spammeurs pour comprendre comment ceux-ci ont fait face à cette nouvelle arme que Google à entre ses mains. S'il faut juste 8 mois (par exemple) pour qu'un site devienne confiant, il est ainsi possible de créer une armée de nom de domaine avec aucun contenu (une page : « site en construction ») et d'attendre cette période pour lancer le spam.

A cause de ce comportement possible, il est certains que Google prend en compte certaines autres données pour savoir s'il faut sortir le site du purgatoire. D'ailleurs c'est la raison pour laquelle certains sites restent plus ou moins longtemps dans la sandbox. C'est pour cela qu'en anglais il y a un référenceur qui a renommé la sandbox par : « trustbox » (anglicisme pour dire : boîte de confiance). Il faut bel et bien faire ses preuves dans le bac à sable et cela peut prendre plus ou moins de temps selon les cas.

Sandbox plus forte pour certaines thématiques ?

Certains indiquent que la sandbox serait plus forte (plus sévère et pour une plus longue durée) dans certains domaines très concurrentiels. D'autres pensent que Google ne fait pas de

distinction ou d'éventuelle « préférence » et qu'en réalité tous les nouveaux sites entrent en sandbox. Encore un sujet où les avis divergent. Personnellement j'ai vu les statistiques d'un site qui s'est vu sortir de la sandbox pour certains mots-clés très concurrentiels alors qu'il n'a jamais été enlisé pour des mots-clés un peu moins concurrentiel.

Dans le cas de figure d'une thématique très concurrentielle, ce qui peut sembler comme une pénalité plus forte, n'est peut-être que la résultante que les domaines concurrentiels sont plus compliqués à percer. Sur ce point là il est assez difficile de véritablement savoir lesquels ont raison.

Comment savoir si un site est dans la sandbox ?

Il est très courant de rencontrer sur des forums des webmasters ou blogueurs qui pensent être dans la sandbox. C'est le cas par exemple lorsqu'un site qui était bien positionné sur une expression chute précipitamment, par exemple le site d'une entreprise qui n'arrive même pas à être présent en bonne position sur Google lors d'une recherche avec le nom de la marque ou le nom de domaine.

La sandbox génère la peur, de nombreux webmasters soupçonnent d'être sandboxés car ils ne se positionnent pas très bien sur leurs mots-clés. Or il s'avère que parfois c'est tout simplement parce que le site est mal optimisé.

Pour soupçonner un sandboxage il faut tout d'abord avoir un outil d'analyse des visiteurs qui viennent sur le site et l'idéal est ensuite d'utiliser un second outil qui analyse le positionnement du site pour les mots-clés choisis par le webmaster. Si sur l'outil d'analyse vous remarquez que du jour au lendemain il y a une chute des visiteurs en provenance de Google et ce non pas pendant un jour ou deux mais pendant une plus longue durée vous êtes probablement dans la sandbox. Pour avoir un deuxième avis il faut alors jeter un œil sur l'outil qui analyse le positionnement sur Google et si le positionnement a pris une claque c'est que le sandboxage se confirme.

Il existe quelques méthodes ou points particuliers à analyser pour savoir plus précisément si un site est dans la sandbox. Voici une petite liste de points et de questions à vous poser pour savoir si un de vos sites est en sandbox :

1. Premièrement il faut vous assurer que votre site est bien dans l'index de Google. Pour cela il faut faire la recherche suivante sur Google avec l'URL de votre site :
site :http://www.example.com
Si la recherche ne présente aucun résultat c'est que votre site n'est pas encore indexé ou alors qu'il est dans la blacklist.
2. Les autres moteurs de recherche n'ont pas de Sandbox et mis à part cela ils ont des algorithmes un peu similaires. En réalité tous les moteurs de recherche sont différents, mais lorsqu'un site est en bonne position sur Google il a des chances d'être également bien positionné sur Yahoo ou MSN. Si pour une requête particulière vous êtes bien positionné sur Yahoo et MSN et très mal positionné sur Google, alors cela signifie que vous êtes peut-être sandboxé.
3. Première étape : Prenez une page de votre site, vérifiez qu'elle est bien indexée sur Google en faisant une recherche tel que :
site :http://www.example.com/ma-page.html

Deuxième étape : Prenez exactement le titre de la page (celui présent dans la barre du navigateur ; celui inclus entre les deux balises title) et faites une recherche avec ces mots sur Google. Si votre page n'est pas présent en bonne position sur Google pour ces mots, c'est qu'il y a sûrement un souci.

Troisième étape : Vous pouvez également refaire une recherche en mettant votre site entre guillemets, ce qui a pour avantage de rechercher exactement ces mots-ci dans cet ordre. Normalement il y a aura moins de concurrents sur Google et vous devriez apparaitre en bonne position sur Google.

Quatrième étape : Répéter cette méthode avec plusieurs pages pour être sûr de vous.

Attention : il faut vous assurer que vous avez plusieurs mots-clés dans votre titre. Si votre titre ne possède que deux mots (concurrentiels) ce serait sûrement normal que vous soyez mal positionné dans les résultats de recherche.

4. Première étape : Prenez une page de votre site en vous assurant qu'elle est présente dans l'index Google.

Deuxième étape : Faites une liste de nombreux mot-clé présent sur cette page. Vous pouvez par exemple copier/coller toute une phrase (plus il y a de mots et mieux c'est).

Troisième étape : Faites la recherche associée à ces mots-clés. Si votre site n'est pas bien positionné c'est encore une fois un indice qu'il y a sûrement sandboxage.

5. Vous avez constaté une dégringolade de votre positionnement pour un mot-clé particulier. Essayez de faire une recherche Google comme celle-ci :
allinanchor :mot-clé

Si lors de cette recherche vous êtes très bien positionné comparé à la même recherche sans le « allinanchor » c'est que vous êtes sûrement dans le bac à sable.

6. Faites le même type de recherche que le point précédent avec une longue phrase et avec les fonctionnalités :
allintex, allintitle et allinurl.
Si vous êtes trop loin dans le positionnement c'est sûrement encore à cause de cette fiche sandbox.

7. D'après une source anglaise si une page est en Sandbox, Google ne lui attribue pas de PageRank. Mais je ne suis vraiment pas sûr de cela, je dirais même que je ne suis pas d'accord. L'article est rempli de contradiction et de point donc je ne suis pas d'accord, c'est la raison pour laquelle je préfère prendre cette information avec des pincettes.

8. D'après la même source dont je fais peu confiance, il semblerait que si l'on fait la commande « link :http://www.example.com » sur Google s'il n'y a aucun résultat ça peut être indice pour indiquer que le site est en sandbox.

Comment éviter la sandbox ?

Selon le point de vue des référenceurs qui pensent que la sandbox est attribué à tous les nouveaux sites, ce chapitre n'a pas lieu d'exister. C'est la raison pour laquelle je recommande ce chapitre à ceux qui pensent que le bac à sable est une pénalité que reçoivent certains sites ainsi qu'à ceux qui veulent tout de même prendre connaissances du second état d'esprit. Soit dit en passant, ce second type d'état d'esprit pense d'une manière générale que les sites qui reçoivent une amélioration trop importante du référencement dans les premiers mois entrent en sandbox.

Méthodes pour éviter le bac à sable

Il existe de nombreux conseils ou recommandation à effectués pour éviter d'entrer dans la sandbox. C'est recommandation sont également à suivre si vous souhaitez sortir plus rapidement du sable. Voici donc une partie de ces conseils en espérant que cela soit le plus exhaustif possible :

- ◆ Construire un site avec un contenu unique et original. Et le mieux reste encore de publier du nouveau contenu régulièrement.
- ◆ Créer une bonne hiérarchie des liens à l'intérieur du site.
- ◆ Allez lentement dans l'obtention de vos nouveaux liens. Un ratio de 2 à 4 liens par semaines semble correct. Le but est d'avoir un rythme naturel et surtout « humain » (en comparaison avec les robots des moteurs de recherches qui peuvent obtenir des centaines de liens en peu de temps).
- ◆ Obtenir le plus de liens qui semble naturel, c'est-à-dire faire en sorte que les liens doivent provenir de pages de même thématiques et doivent être placé au milieu de la page encerclé par du texte. Il faut faire attention lors des premiers pas du site à ne pas recevoir (trop) de liens en provenance de site qui ont une thématique totalement différente.
- ◆ Obtenir des liens en sens unique. Si vous faites des échanges de lien ce sera moins appréciable.
- ◆ Ne pas recevoir de liens en provenance de toutes les pages d'un site. Lorsqu'un site de 2000 pages ajoute un lien vers votre site dans son menu, vous vous retrouver avec un afflux trop important de nouveaux liens.
- ◆ Obtenir des liens en provenance de site populaire (fort PageRank) et de confiance (fort TrustRank). Je dirais même plus qu'il faut obtenir des liens en provenance des sites qui sont considéré comme les « références » dans la thématique de votre site.
- ◆ Obtenir des liens avec des ancres de mots-clés différentes. Si ce ne sont que les mêmes mots-clés qui sont utilisés à chaque fois, cela sera détecté comme très suspect.
- ◆ Obtenir plus de liens profonds. Les liens extérieurs ne doivent pas uniquement pointer vers la page d'accueil de votre site.
- ◆ Il faut recevoir des liens en provenance de site hébergés sur plusieurs hébergeurs différent. En effet, il est possible de savoir où sont hébergés les serveurs des sites et si Google remarque que vous ne recevez que des liens du même hébergeur cela peut être considéré comme une tentative pour gonfler artificiellement votre nombre de liens entrant.
- ◆ Pas de liens (entrants ou sortant) vers des sites blacklistés ou eux-mêmes dans la sandbox.
- ◆ Ne pas abuser de l'optimisation « on-page ». C'est-à-dire qu'il ne pas trop sur-optimiser les pages (éviter par exemple de répéter trop souvent les mêmes mots sur vos pages, de trop bien optimiser les balises meta, le titre,...).
- ◆ Ne pas utiliser de logiciel ou script qui permettent de générer du texte automatiquement, car Google est de plus en plus capable de discerner un texte rédigé par un humain et un texte rédigé par un ordinateur. Je dois avouer que d'un côté les textes rédigés par certains scripts deviennent vraiment efficace. Dans le même ordre d'idée il faut penser à relire ces textes pour être sur que Google ne vous confonde pas avec un logiciel de création de phrase. Ainsi penser à ne pas toujours essayer de mettre des mots-clés en avant pour chaque phrase (et pas toujours les mêmes).

- ◆ Lors de soumission dans les annuaires, penser à faire des titres et descriptions différentes. C'est un jeu d'enfant pour Google de détecter si vous vous êtes contenté de copier/coller le même titre et la même description sur chaque annuaire.
- ◆ Etre sur que le style CSS ne cache pas des textes ou des liens. Contrairement à ce que vous pensez Google peut facilement deviner si vous avez essayé de tricher de cette manière.
- ◆ Pas trop de liens sortant. Un page qui possède une centaine de lien sortant peut sembler plus que louche aux yeux de Google (et à juste titre).
- ◆ Ne pas utiliser de pages satellites.
- ◆ Une refonte complète d'un site signifie que Google peut s'inquiéter. Et c'est à juste titre, car un spammeur peut très bien acheter un ancien site ou nom de domaine et y placer son site de spam.

Bien entendu ces points sont des hypothèses. Il y en a quelques uns qui sont surement vrai et il y a peut-être quelques points qui se révèlent être des mythes. D'une manière globale il faut rester naturel pour éviter que Google s'inquiète et flaire une tentative frauduleuse pour percer dans les résultats de ses recherches.

Il y a également la possibilité que Google analyse certains sites manuellement. On sait en effet que Google a fait des partenariats avec un organisme qui contrôle les sites malveillants et ce dernier fait des analyses manuelles de sites et partage la base de données avec Google. Il est donc envisageable que Google partage sa liste de « nouveau site qui ont reçu un grand nombre de liens en peu de temps » et que l'organisme aille en visiter quelque uns. Cependant cela reste une hypothèse et il faut bien prendre en note qu'analyser manuelle tous les nouveaux sites suspect est un travail assez impressionnant qui demande trop de temps à des êtres humains.

Penser aux autres sources de visiteurs

L'afflux de visiteurs sur un site, même nouveau, ne se fait pas uniquement grâce au célèbre moteur de recherche Google. Il y a plusieurs moyens pour obtenir des visiteurs (excepté les moteurs de recherche) :

- ◆ Recevoir des visiteurs en provenance d'autres sites (grâce aux liens).
- ◆ Recevoir des visiteurs qui ont enregistré le site dans leur favoris ou qui entre directement le nom du site dans la barre du navigateur.
- ◆ Recevoir des visiteurs grâce aux flux RSS.
- ◆ Recevoir des visiteurs en provenance de boîte e-mails.
- ◆ Faire une campagne publicitaire sur Google Adwords pour apparaitre dans les liens sponsorisés dans les résultats de recherche.

Il ne tient qu'à vous de mettre en place la stratégie de votre choix pour profiter de l'un de ces apports de visiteurs supplémentaires. D'une manière générale je vous recommande de profiter du sandboxage pour essayer de mettre en place une communauté autour de votre site (visiteurs régulier, etc...).

Combien de temps ça dure ?

La durée d'enlèvement peu varié de 1 semaine à un an pour les pires cas. Il y a certains webmasters ou référenceurs qui affirment même que les sites peuvent rester indéfiniment dans le désert de sable. Malgré tout il faut compter un temps moyen de 4 à 8 mois. Mais bien entendu ça dépend des cas et vous pouvez prendre en main ce temps d'ensablement si vous faites quelques petites améliorations.

Il faut noter que les sites dans le bac à sable reçoivent moins de visites des robots de Google. Lorsque les robots de Google commencent à refaire leurs apparitions sur votre site c'est que vous êtes sur la bonne voie pour et que vous sortirez bientôt de la sandbox. Sachant qu'il existe des logiciels qui vous tiennent informé des visites des robots Google, ça peut être un bon indicateur pour savoir à quel moment votre nombre de visiteur en provenance de Google va augmenter.

Comment sortir un site de la sandbox ?

Contrairement au chapitre « Comment éviter la sandbox » nous allons ici essayer de voir les moyens pour sortir rapidement de la sandbox.

Attendre

Contre toute attente, le premier conseil pour sortir de la sandbox c'est tout simplement d'attendre. Je suis conscient que c'est déroutant comme conseil, mais en principe après la période de sandbox vous sortirez de vous-même.

Raccourcir la période de sandbox

Si la période dans la sandbox n'est pas la même pour tous c'est forcément qu'il y a des facteurs qui sont pris en compte et en les maniant habilement il est possible de réduire le temps pendant lequel un site reste dans le désert.

Pour cela il faut suivre les multiples conseils évoqué dans le chapitre « méthode pour éviter la sandbox ». Si vous vous retrouvez dans une situation qu'il aurait été préférable d'éviter vous avez le choix de revenir en arrière si cela concerne une manipulation sur votre site ou alors de contacter l'autre site si cela concerne un lien de mauvaise qualité que vous avez reçu.

Quoi qu'il en soit, plus vous vous efforcerez à créer un site **indispensable** et plus Google sera forcé de vous sortir de la sandbox rapidement.

Solution alternative

Certains sites ne peuvent pas se permettre d'attendre trop longtemps de retrouver des positions normale dans le moteur de recherche Google, c'est le cas notamment des sites commerciaux ou des sites d'entreprise. Il existe alors une solution alternative qui est bien pratique mais elle ne fera pas l'unanimité dans le camp des référenceurs qui pensent que la sandbox s'applique à **tous** les nouveaux sites.

L'idée consiste à créer un autre site internet (en achetant un nouveau nom de domaine) et de modifier les points qui ont éventuellement amené à être entré en SandBox :

1. Pour commencer il est peut-être judicieux de changer un peu le contenu. Cela passe à la fois au niveau du contenu et aussi au niveau du code source pour éviter d'avoir deux sites presque identique sur la toile.
2. Ensuite il faut modifier la gestion des liens externe qui pointent vers votre site. Si vous pensez que votre site est entré en BlackList à cause d'un afflux trop important de liens et trop rapidement, alors il est judicieux de ne pas refaire les mêmes erreurs.
3. Posez-vous la question de savoir s'il serait bon de récupérer tous les liens pointant vers le site sandboxé vers votre nouveau site.

Avec une méthode comme celle-ci vous aller vous retrouver avec deux sites web. Les deux vont pouvoir évoluer différemment. Le point positif c'est que le premier site qui a été sandboxé va un jour surement sortir du bac à sable et ainsi être surement plus puissant que le deuxième un peu trop jeune.

Mais ce qui est un point positif dans un sens peut aussi se révéler être un point négatif dans un tout autre état d'esprit : Souhaitez-vous vraiment mettre en place cette méthode sachant que votre site sandboxé va surement sortir du sable au bout d'un moment et ainsi être plus puissant qu'auparavant? Cela ne se révélerait peut-être qu'une perte de temps et d'énergie pour peu de chose.

Méthode plus radicale

Une solution plus radicale est envisageable, cela concerne particulièrement les entreprises qui ne peuvent pas attendre de sortir de la sandbox, il s'agit de faire un changement permanent de site. Voici la procédure pour réaliser ce type de méthode :

1. Acheter un nouveau nom de domaine.
2. Copier le site existant (celui sandboxé) et le mettre en place pour le nouveau nom de domaine.
3. Faire une redirection permanente de toutes les pages de l'ancien site vers le nouveau.

Bien entendu lorsque vous faite cette méthode très radicale il faut éviter de faire les mêmes erreurs que sur le premier site et il faut oublier définitivement le premier site.

Analyse par Google du nombre de requête par jour

Il y a un dernièrement méthode un peu obscure et hypothétique qui peut faire sortir un site de la sandbox. Il faut pour cela se faire une petite réflexion et raisonnement en ce qui concerne la sandbox pour les sites neufs. Ces sites sont susceptibles d'aller dans la sandbox. Mais quel est l'intérêt de pénaliser un site neuf qui présente un fort intérêt pour les internautes? Avec ce genre de comportement, Google se pénaliserait lui-même.

Il est alors primordial que Google arrive à déterminer par lui-même (et rapidement) s'il faut sortir un site de la sandbox. Prenons le cas d'un site tout neuf qui fait un grand buzz lors de sa sortie, avant même de faire des liens vers ce site, les internautes voudront commencer par le chercher, or que se passe t'il s'il n'apparaît pas dans les résultats de recherche ?

Un expert SEO (Search Engine Optimisation) a souligné le fait que Google peut très aisément regarder le nombre de requête par jour pour chaque mot-clé. Si un mot est habituellement rechercher qu'une centaine de fois journalièrement et qu'il se retrouve soudainement recherché des

milliers de fois en l'espace de quelques heures, c'est qu'il y a quelque chose qui se passe. Il est dans l'intérêt de Google de vérifier les résultats qu'il propose pour être sûr que ceux-ci soient à jour. Dans ce type de cas il est possible qu'un site sorte très rapidement du bac à sable car il présente un intérêt immédiat aux utilisateurs du célèbre moteur de recherche Google.

Amélioration du positionnement après la sandbox

Après avoir vécu une traversée du désert, parfois longue, il est très appréciable de pouvoir retrouver de nombreux visiteurs en provenance de Google. Certains webmasters s'accordent à dire que lorsqu'un site sort de la sandbox, celui-ci se voit généralement attribué plus de visiteurs en provenance de Google. En d'autres termes, le site reçoit plus de visiteurs en provenance de Google qu'avant l'effet sandbox. Il est malheureusement difficile de savoir si c'est vrai ou si ce n'est pas le fait que pendant la période de sandbox le site a continué à recevoir des liens, ce qui fait qu'à la sortie de la sandbox il est plus populaire qu'auparavant.

Néanmoins, il est probable qu'il y ait réellement une amélioration du référencement après la sandbox puisque cela signifie que le site a fait ses preuves et qu'il est bel et bien de qualité. En quelques sortes, Google lui fait de nouveau confiance.

Effet négatif

Une multitude d'effets négatifs se ressent dans la communauté des webmasters et référenceurs. Ceux-ci sont notamment plus effrayés dans leurs stratégies de liens. De plus, ils y a la psychose des sites nouveaux qui vont peut-être avoir du mal à se positionner si l'effet sandbox se fait fortement ressentir.

Plus de liens sur toutes les pages d'un site

Il a été vu que si un site fait un lien vers un site web qu'il considère comme une « référence » à partir de toutes les pages de son site (en plaçant le lien dans le menu ou dans le pied de page par exemple), cela peut finalement avoir des répercussions négatives pour le site qui reçoit les liens, même si ce dernier est d'une qualité irréprochable. Aussi étrange que cela puisse paraître, certains webmasters préfèrent contacter l'auteur du site qui fait tous les liens pour lui demander de les retirer ou surtout de les mettre en place de manières différentes. Tout ceci dans le but de ne pas paraître trop suspect aux yeux de Google et donc d'éviter la sandbox qui serait au final un gros frein au site internet. Ce type de situation est assez courant en ce qui concerne les blogs, car ceux-ci ont des « blogrolls », qui sont en quelques sortes des petites listes de liens vers d'autres blogs intéressants. Une blogroll est très souvent placée dans les menus latéraux et par ce fait cela génère une multitude de liens (autant de liens que de pages du blog indexé par Google). Si un blog fait rajouter le lien de votre site dans sa blogroll, vous pouvez toujours le contacter et lui demander de plutôt faire un lien vers votre blog (qui est associé au site). Par conséquent ce n'est que le blog qui peut être affecté (à condition qu'il soit sur un sous-domaine ou un autre nom de domaine) et vous garder le privilège de recevoir des liens.

Plus de liens massifs vers une source

Un deuxième effet négatif, assez incroyable, concerne certains sites qui sont effrayés de recevoir trop de liens en provenance de beaucoup de sites différents. Prenons le cas d'un nouveau site qui met

en place une stratégie de marketing exemplaire pour faire connaître ce dernier. Si le marketing est très fort, comme par exemple si le site bénéficie d'un buzz lors de son lancement, il va certainement recevoir beaucoup de liens d'un coup. Cela peut le faire entrer dans la sandbox.

A cause de cela, il a même été vu des publicités qui n'indiquent pas de faire un lien vers le site de la marque, mais de faire un lien vers la requête Google associée au nom de la marque (sachant que le site de la marque est en première position). Ainsi le site ne reçoit pas trop de liens d'un coup et les visiteurs qui suivent le lien peuvent trouver le site de la marque (avec un clic de souris en plus).

Achat sur Google Adwords

C'est triste à dire mais les nouveaux sites qui veulent une présence immédiate sur Google doivent payer pour apparaître dans les résultats de recherche. Il ne s'agit pas de payer pour du référencement mais bien de choisir de faire une campagne payante sur Google Adwords. Évidemment ça fait sûrement gagner beaucoup d'argent à Google et surtout on prend facilement goût aux liens sponsorisés sur Google car on ne paie que si le visiteur clique sur l'annonce. Ce dernier a d'ailleurs bien conscience qu'on peut aisément devenir amoureux de Google Adwords, c'est la raison pour laquelle il offre par divers moyens des bons de 50€ pour lancer une campagne publicitaire sur Google Adwords.

Est-ce que le spam a régressé face au sandbox ?

Il est possible de se demander si cette sandbox a permis de réduire le niveau de spam au sein de l'index Google.

Je tiens à rappeler que lors de la mise en place de l'attribut nofollow, Google pensait pouvoir combattre le spam, malheureusement il s'est avéré que cela n'a pas du tout ralenti le spam et qu'au contraire il ne cesse de s'amplifier d'année en année.

D'après une longue étude, il s'est avéré que le nombre de sites qui sont créés dans le but de « spammer » l'index de Google a bel et bien chuté. Néanmoins, les spammeurs sont toujours présents et se sont adaptés (encore une fois) à leur nouvel environnement et les nouvelles armes qui sont utilisées contre eux par Google.

De nos jours les spammeurs se servent des sites de réseaux sociaux et plus particulièrement ceux qui proposent de créer une page personnalisée. Ils leur suffit d'ajouter des codes HTML pour mettre en vente du viagra (par exemple) directement à partir du site de réseau social. Ainsi ce n'est plus leurs sites qui sont dans la ligne de mire de Google mais le réseau social. L'idéal pour les spammeurs est de choisir un réseau social qui est facile à spammer, où il y a peu de modérateur, peu de sécurité pour éviter le spam, un fort PageRank, un fort TrustRank et des lignes de codes optimisées pour un bon référencement sur Google.

Les réseaux sociaux peuvent effectivement remarquer la supercherie et supprimer le compte, mais il faut du tout pour que ça se fasse (parfois quelques heures et d'autres fois quelques jours). Et à chaque fois qu'un compte est supprimé, il peut être recréé quelques minutes après sans aucune crainte. Le spammeur a même la possibilité de créer un programme assez sophistiqué qui crée un compte tout seul à chaque fois que le précédent a été supprimé. Dans le même ordre d'idée, lorsqu'il faut quelques jours aux administrateurs d'un site pour supprimer le compte du spammeur, ce dernier

peut s'il le souhaite, créer un robot qui ira spammer les autres sites pour ajouter des liens vers la page de spam.

Tout ceci peut laisser deviner l'avenir et les modifications que Google doit effectuer pour lutter contre cette nouvelle forme de spam. Il est possible que dans l'avenir Google se focalise de plus en plus sur chaque page et même chaque paragraphe de chaque page d'un site pour être sûr que celui-ci n'est pas spammé et qu'il ai des textes uniques.

Conclusion

Le terme de Sandbox n'est pas simple à cerner pour les débutants, lors de recherche il m'est parfois arrivé de constater que des personnes confondent sandbox et blacklist. Le simple fait d'avoir les pages d'un nouveau site indexées et certains webmasters peu expérimenté dans le sujet s'exclament qu'ils ne sont pas dans le bac à sable, alors qu'il ne semble pas vraiment avoir compris ce que la sandbox exactement.

La création d'un site d'une qualité irréprochable ne devrait normalement pas poser de soucis. La sandbox peu effectivement faire son apparition mais le désensablage peut se faire assez rapidement, en tout les cas ça risque d'être plus rapide que si vous avez un site de mauvaise qualité.

Quoi qu'il en soit je considère qu'il faut maintenant se faire à l'idée que la sandbox est là et que pendant les premiers mois de la vie d'un site il faut faire avec. Tirer profit de ce sandbox reste encore ce qu'il y a de mieux à faire, au lieu de se focaliser sur le référencement d'un site dès ses débuts il est préférable de se focaliser sur la création de contenu et de service et d'être proche de son lectorat pour prendre conscience de leurs besoins et attentes envers votre site.