



Comment choisir un moteur de recherche ?

Paris, 19 Février 2010

**Knowledge
CONSULT**

Gilles BALMISSE
Directeur Associé
+33.(0)6.03.45.35.95
gilles.balmisse@knowledgeconsult.fr



Pour choisir un moteur, il faut :



- 1. Maîtriser ses besoins et connaître son environnement**
- 2. Comprendre le fonctionnement d'un moteur de recherche**
- 3. Connaître les fournisseurs et l'évolution du marché**



MAITRISER SES BESOINS ET CONNAITRE SON ENVIRONNEMENT

Ce qui va conditionner le choix



▶ Les informations

- Types, volume, langues, sources, sécurité...

▶ L'audience

- Ceux qui recherchent... et les autres !

▶ La manière dont est recherchée l'information

- Contraintes, processus...

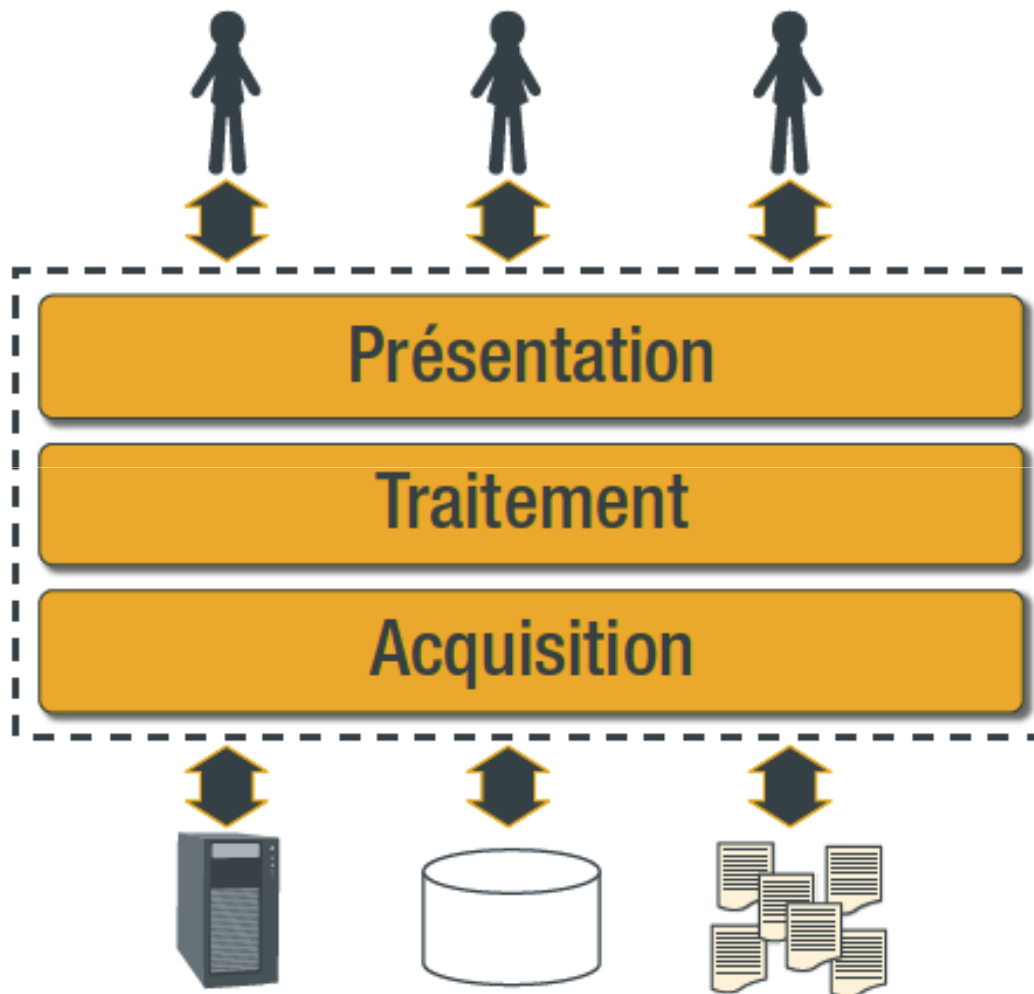
▶ Le système d'information existant

- Architectures, environnements...



COMPRENDRE LE FONCTIONNEMENT D'UN MOTEUR DE RECHERCHE

Architecture fonctionnelle



Acquisition et indexation



► Acquisition

○ Crawler

- Suit récursivement des hyperliens
- Générique / Acquisition programmée

○ Connecteur

- Accède directement et de manière optimisée aux sources
- Spécifique / Acquisition en temps réel

► Indexation

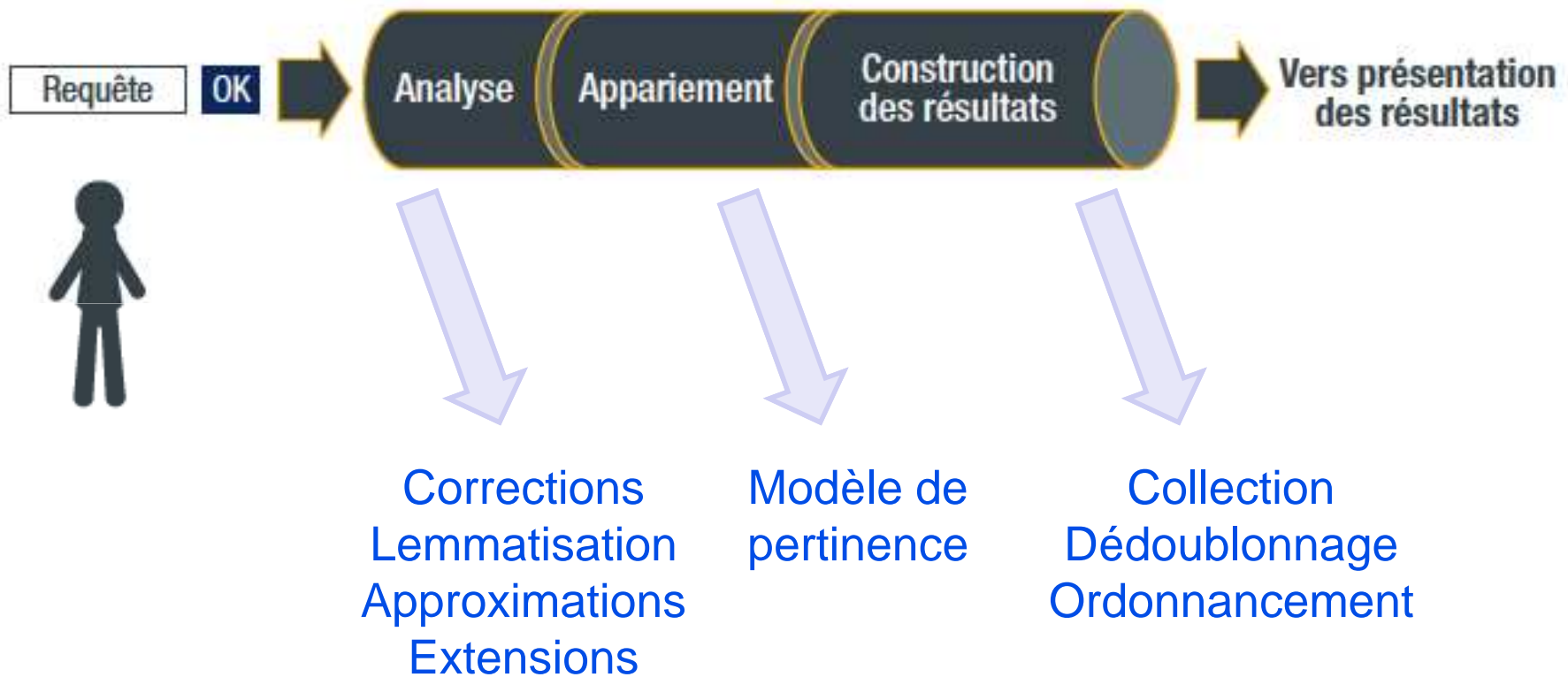
○ Des contenus

- Réalisation de prétraitements : mots vides, concepts clés, langue, enrichissement...

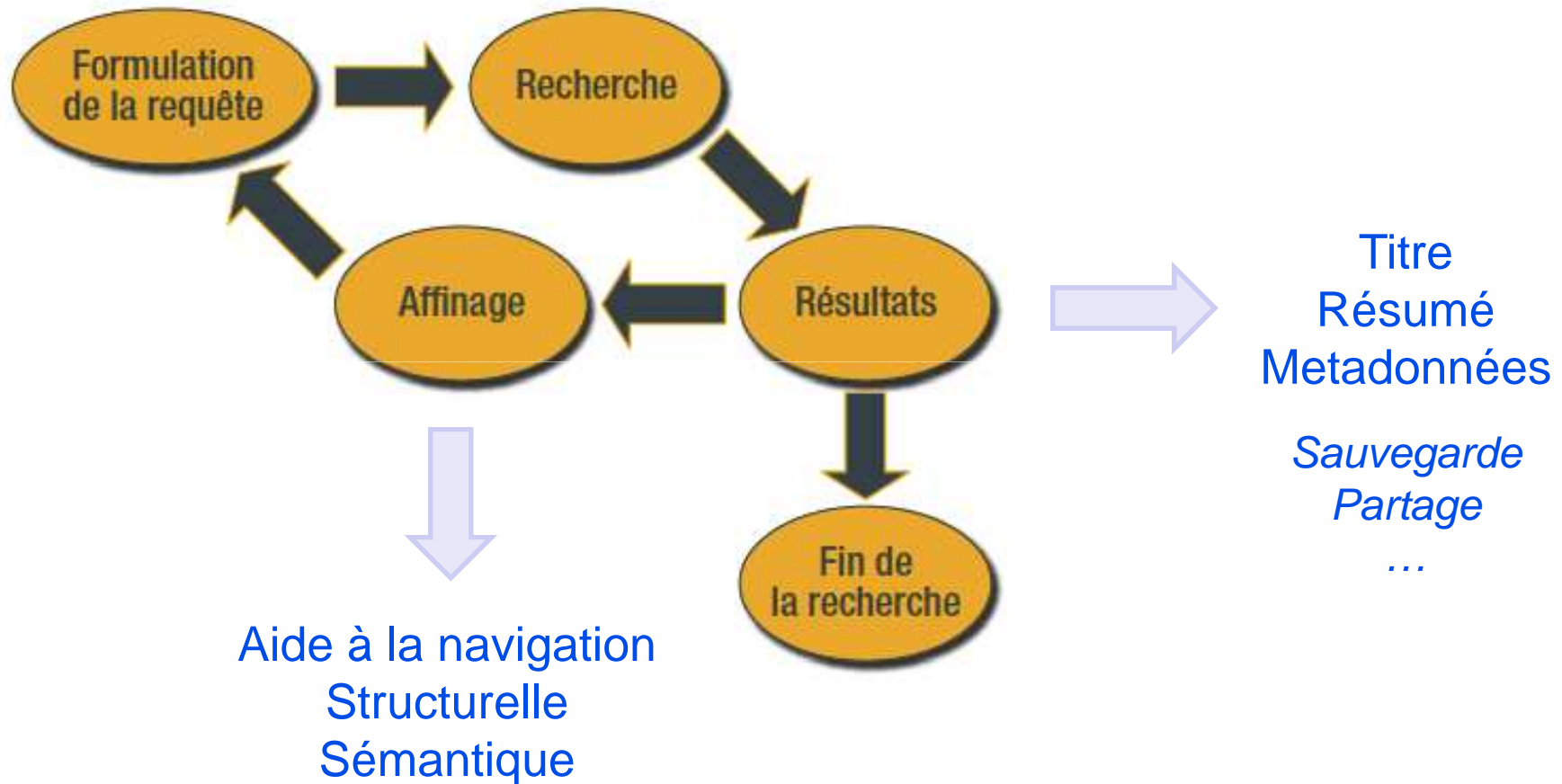
○ De la structure

- Définition d'attributions pour la recherche et la présentation des résultats

Traitement des requêtes



Présentation des résultats



La pertinence en question



- ▶ **Il est possible d'améliorer la pertinence des résultats d'un moteur de recherche en agissant sur 4 éléments :**
 - Le modèle de pertinence
 - Les outils d'aide à la navigation
 - La personnalisation
 - La collaboration



CONNAITRE LES FOURNISSEURS ET L'ÉVOLUTION DU MARCHÉ

De très nombreux acteurs



Le marché début 2010 (1/2)



► **Changement de stratégie d'acteurs importants**

- Rachat d'Interwoven par Autonomy
- Arrêt de Discovery Server par OpenText
- Quelle stratégie pour Oracle, IBM, Microsoft ?

► **Spécialisation de plus en plus marquée des éditeurs**

- Par fonction : eDiscovery / KM...
- Par métier / secteur : Edition / Juridique / RH / Internet...
- Par environnement : Sharepoint, OEM

Le marché début 2010 (2/2)



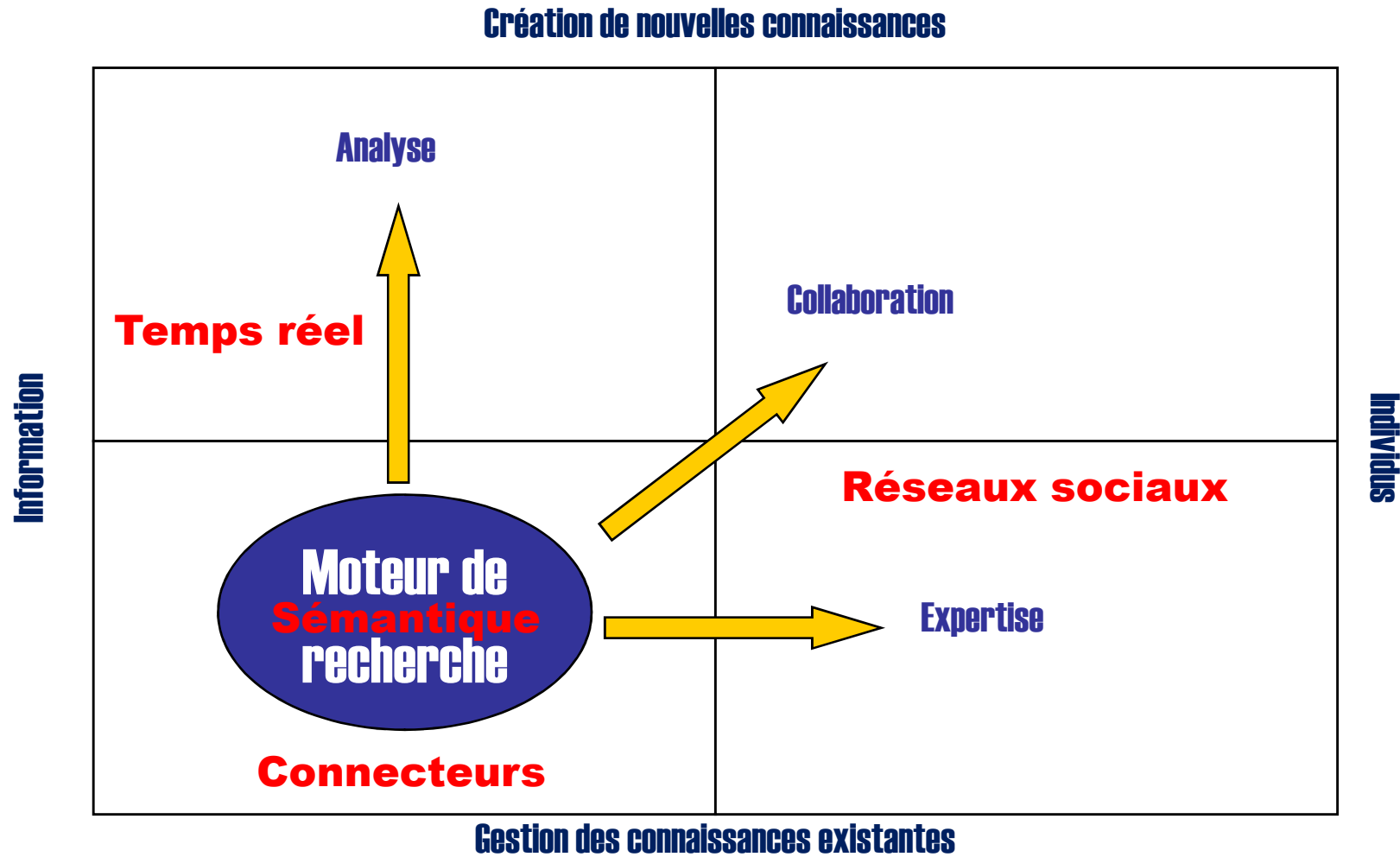
► Développement des SBA (Search Based Applications)

- Applications verticales reposant sur un moteur de recherche pouvant mixer informations structurées et non structurées
- Principe du database offloading : utilisation d'un index et non de SQL (rapidité / coûts /ergonomie)

► Arrivée de l'Open Source sur le devant de la scène

- Montée en puissance des plateformes Lucene et Solr soutenue par des acteurs comme Lucid Imagination
- Réflexion d'IBM autour de Lucene et UIMA pour sa gamme Omnifind Enterprise

Usages et challenges technologiques



EN GUISE DE CONCLUSION

Quelques questions fréquentes



- ▶ **Et si on utilisait Google ?**
- ▶ **Faut-il changer le moteur de recherche déjà en place ?**
- ▶ **Combien ça coûte ?**
- ▶ **D'autres questions ???**