

GOOGLE MUM

🕒 Vous n'avez pas 5 min ...



Google MUM, une intelligence artificielle à votre service !

Depuis son lancement en 1998, Google est un moteur de recherche qui a pour but :

AMÉLIORER LA COMPRÉHENSION DES QUESTIONS DES INTERNAUTES, POUR MIEUX Y RÉPONDRE.

Google développe sans cesse des algorithmes pour appréhender vos besoins.

Après Hummingbird, Rankbrain, BERT, c'est maintenant MUM qui a vu le jour.

Mais que veut dire [MUM](#) ?

**Multitask
Unified
Model**

C'est tout simplement l'acronyme astucieux, qui signifie **Multitask Unified Model**.

Google à développer une évolution assez impressionnante basé sur des modèles d'architecture transformers.

Mum est une réelle évolution de BERT car il est 1 000 fois plus puissant que son prédécesseur. Cet algorithme est basé sur 75 langues différentes, ce qui supprime les barrières linguistiques.

Une autre caractéristique est qu'il fonctionne en multitâche afin d'identifier une information de manière inédite.

Etant le successeur de BERT, il reprend ses caractéristiques. Ce nouvel algorithme est multimodal, il peut réussir à traiter l'information au travers d'une image ou d'un texte.

Google nous indique que dans l'avenir leur algorithme pourra aussi traiter l'information à partir des vidéos ou de l'audio ...

Alors quel est la puissance de MUM ?

🔍 I've hiked Mt. Adams and now want to hike Mt. Fuji next fall, what should I do differently to prepare?

Mais surtout ce nouvel algorithme va comprendre que, dans le contexte de la randonnée, la préparation est une question importante pour l'internaute.

Il va donc inclure dans ses résultats : l'entraînement physique pour y arriver, des équipements adéquats pour effectuer ce type de randonnée.

Il fournira aussi une multitude de liens vers des articles, des vidéos et des images utiles.

A l'avenir Mum pourra aussi vous offrir des sous thèmes, tel que les points de vue à faire durant l'expédition, le choix pertinent du guide...

Il se pose clairement une question pour les *chefs de projets ainsi que pour les experts SEO* :

Comment MUM révolutionne t'il le référencement naturel ?

Il devient évident que les utilisateurs ne chercheront plus directement des pages, ils fourniront simplement une requête à MUM et ce dernier fera le travail comme s'il s'agissait d'un assistant personnel humain.

Les modes changent, les méthodes aussi. Il est fini le temps où il suffisait de répéter plusieurs fois la requête clé. Google n'impactera plus votre position dans les « SERPS » avec cette méthode.

Alors, **Google MUM est-il en mesure de rendre obsolète le SEO que nous connaissons ?**

Pas tout à fait, mais pour autant il va obliger à travailler de façon différente.

Il est clair que chaque page d'un site web va devoir être structurée de façon à ce que Google comprenne clairement le but du sujet.

La pertinence de l'article, l'impact qu'il peut avoir sur les autres internautes devient un trait de caractère pour Google. Il nous faut donc changer notre vision des contenus.

La stratégie de contenus va devenir un axe des plus important pour le référencement naturel.

Nos contenus vont devoir aider les moteurs de recherche à comprendre le but de notre article au-delà de son contenu littéral.

On oublie la redondance des requêtes clés au profit d'autres fonctionnalités.

Les requêtes de traînes, les LSI (indexation sémantique latente) vont devenir indispensables pour les moteurs de recherche.

Sans oublier que les illustrations devront être choisies pour répondre aux besoins, mais aussi pour aider la compréhension au-delà du texte.



Nous entrons dans l'air où il faut clairement se poser la question : **comment booster la visibilité de ces pages web ?**

La première idée qui vient à l'esprit est de travailler de façon plus approfondie sur sa page web.

En plus de la requête clé, on y ajoute des mots de longue traîne.

On travaille de façon plus précise ses balises Alt.

On essaye de mieux définir nos méta descriptions...

Mais, il est fort à parier que si l'on travaille cette approche, le combat est perdu d'avance.

Par contre, si l'on prend de la hauteur et que l'on réfléchit différemment, on peut réaliser des actions à forte valeur ajoutée.

Avoir une bonne connaissance du produit et de son marché est un point. Mais il ne faut pas oublier de structurer son site correctement.

Ajoutons à cela des contenus de qualité en relation les uns avec les autres afin de créer une unité dans un domaine.

Bref, il faut prendre le temps de faire comprendre à Google que nos pages ne sont pas que des mots, mais des expertises dans un domaine ou sur une gamme de produits...

Vous pouvez découvrir [comment je vous propose de le faire en 8 points.](#)

À chaque fois que Google met à jour son algorithme, Nous devons adapter nos stratégies de référencement. Mais au fond, Google dépasse le stade de proposer de l'information pur, il nous offre de l'intéressement.

Alors il est temps de concevoir des articles qui offre de l'intérêt plutôt que des mots.