Nom : _____ Date : _____ Note : _____

Méthodes d'évaluation des domaines et Évaluation des actifs numériques

Modèles d'évaluation des domaines, estimation des actifs numériques, indicateurs de rareté, facteurs de valeur marchande

ÉVALUATION DES DOMAINES : PRÉSENTATION

INVESTISSEUR
STATUT D'ÉTUDIANT
Parcours image de marque d'entreprise

SÉCURISÉ
ACTIFS DE DOMAINE
Transfert d'actifs de grande valeur

AGRÉÉ
SÉQUESTRE
Protection confidentielle de l'acheteur

Bienvenue ! Ce dossier d'activités vous guide à travers les méthodes d'évaluation des domaines. Vous étudierez la recherche de ventes comparables, les multiplicateurs de valeur liés au trafic des mots-clés et la liquidité du marché de gros par rapport au marché de détail.

POINTS DE CONTRÔLE DE LA FICHE

- [ ] **Parties 1-4 : maîtrisez l'évaluation et le courtage de domaines.**
- [ ] **Parties 5-7 : résolvez les mots croisés et les mots mêlés.**
- [ ] **Parties 8-9 : résolvez les études de cas et le défi de déchiffrement.**
- [ ] **Partie 10 : consultez les FAQ de base et avancées.**
- [ ] **Partie 11 : découvrez 10 faits concrets intéressants.**
- [ ] **Bonus : défi Réflexion rapide.**

Ouvrir le guide VPN.com du courtage de domaines

URL: https://www.vpn.com/fr/courtier-domaine/evaluation-domaine/

Votre parcours d'apprentissage : évaluation des domaines

- Évaluer les modèles d'évaluation des domaines et les principales méthodes d'estimation financière.
- Analysez les indicateurs de rareté des domaines, la force des TLD et les moteurs de la demande du marché.
- Élaborer des grilles de tarification de domaines à partir de ventes comparables historiques.
- Calculer des valeurs d'équivalence SEM fondées sur le trafic et des multiplicateurs d'estimation.
- Évaluer les écarts de valeur entre prix de détail et prix de gros, ainsi que la liquidité du marché secondaire.

GUIDE D'ÉVALUATION DES DOMAINES : CONSIGNES

Répondez aux questions à choix multiple et vrai/faux, complétez les phrases à trous à l'aide de la banque de mots, associez les définitions et résolvez les mots croisés et les mots mêlés. Appliquez vos connaissances à l'estimation de la valeur des domaines. Terminez par l'activité bonus Réflexion rapide.

MÉTHODES D'ÉVALUATION DES DOMAINES (INTRODUCTION)

L'évaluation d'un domaine estime la valeur marchande d'un bien immobilier numérique en fonction des ventes comparables, du volume de trafic des mots-clés, de la force de l'extension de premier niveau (TLD), du volume de recherche, des indicateurs de CPC et de la liquidité de gros sur le marché secondaire.

LISEZ ATTENTIVEMENT CHAQUE POINT DE CONTRÔLE ET CHOISISSEZ OU ÉCRIVEZ LA BONNE RÉPONSE.

Point de contrôle 1 : Défi QCM

1. Quel est le principal facteur de la valeur d'un domaine ?

- A. L'emplacement du serveur d'hébergement
- B. La rareté et l'utilité commerciale du mot-clé
- C. Les couleurs de la page d'attente
- D. Le nombre de sous-domaines actifs

2. Quelle méthode évalue les domaines à partir de l'historique des ventes passées ?

- A. Analyse des ventes comparables (comps)
- B. Évaluation par le coût de reconstruction
- C. Modèle de projection du trafic futur
- D. Méthode d'estimation fondée sur le renouvellement auprès du bureau d'enregistrement

3. Pourquoi les domaines .com obtiennent-ils des estimations plus élevées que les nouveaux gTLD ?

- A. Ils sont exemptés des frais de l'ICANN
- B. Ils bénéficient d'une plus large reconnaissance, d'une plus grande confiance des consommateurs et d'une plus forte demande à la revente
- C. Ils se chargent deux fois plus vite sur les réseaux mobiles de base
- D. Ils ne nécessitent aucun paiement annuel de renouvellement au bureau d'enregistrement

4. Quelle mesure évalue la valeur du trafic SEO d'un domaine ?

- A. Score Domain Authority
- B. Valeur du trafic en équivalent coût par clic (CPC)
- C. Temps de latence du serveur de noms
- D. Nombre de verrous du bureau d'enregistrement

5. Quel est le principal risque des outils d'estimation automatisés ?

- A. Ils déclenchent toujours des erreurs de verrou de registre
- B. Ils manquent de contexte de marché humain, d'analyse de la demande des utilisateurs finaux et de valeur de marque premium
- C. Ils divulguent publiquement les prix de négociation
- D. Ils lancent automatiquement les transferts

Point de contrôle 2 : Défi Vrai ou Faux

6 Question vrai/faux 6

6. La valeur d'évaluation d'un domaine repose strictement sur le coût des frais d'enregistrement d'origine auprès du bureau d'enregistrement.

- ◯ Vrai
- ◯ Faux

7 Question vrai/faux 7

7. Les .com à deux lettres (2L) et à trois lettres (3L) existent en quantité fixe et limitée, ce qui soutient leurs valeurs de revente élevées.

- ◯ Vrai
- ◯ Faux

8 Question vrai/faux 8

8. Les nouvelles extensions génériques comme .app et .tech sont traitées comme des TLD de code pays (ccTLD) par les moteurs de recherche.

- ◯ Vrai
- ◯ Faux

9 Question vrai/faux 9

9. L'analyse des ventes comparables est une méthode courante pour justifier le prix d'un domaine premium lors d'acquisitions par des entreprises.

- ◯ Vrai
- ◯ Faux

10 Question vrai/faux 10

10. La valeur des domaines reste toujours fixe et ne varie pas selon les tendances du secteur ou les évolutions technologiques.

- ◯ Vrai
- ◯ Faux

Point de contrôle 3 : Insertion des termes clés

Lisez chaque phrase ci-dessous et complétez le blanc avec le terme correct de la banque de mots.

1. Une _____ professionnelle de domaine indique la valeur commerciale d'un actif numérique.

2. Les experts analysent les _____ historiques pour justifier le prix des domaines premium.

3. Pour la confiance des entreprises à l'échelle mondiale, la référence absolue reste l' _____ de domaine .com.

4. La _____ absolue des mots-clés fait grimper le prix des domaines premium composés d'un seul mot.

5. Le volume de recherche et le CPC des mots-clés sont des _____ essentielles utilisées dans les formules d'évaluation.

6. Les domaines très liquides ont une forte _____ sur le marché et se vendent rapidement au comptant.

BANQUE DE MOTS DE VOCABULAIRE

BRANDABILITÉ COMPARABLES EXPERTISE EXTENSION LIQUIDITÉ MÉTRIQUES RARETÉ VALEUR DU TRAFIC

Écrivez vos réponses ici :

1. **2.**

3. **4.**

5. **6.**

Point de contrôle 4 : Association de notions sur les domaines

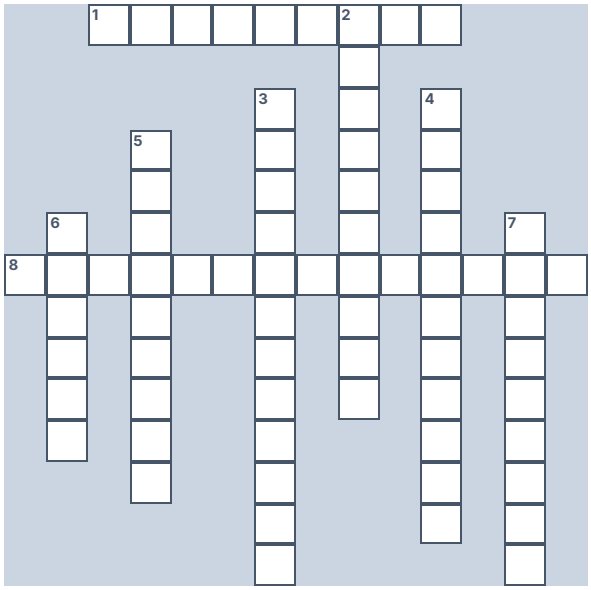
ASSOCIATION DE DÉFINITIONS

Associez chaque terme de vocabulaire à gauche à sa définition à droite en écrivant la lettre correspondante (A-H) dans la case à remplir.

☐	1. Expertise d'évaluation	A	Statut de sécurité empêchant les modifications ou transferts non autorisés pendant les négociations de vente de l'actif.
☐	2. Ventes comparables	B	Évaluation qualitative de la facilité de prononciation d'un domaine, de la simplicité de son orthographe et de son potentiel de marque.
☐	3. Rareté des domaines	C	Prix historiques de transactions portant sur des noms de domaine similaires, utilisés comme références de prix.
☐	4. Force de l'extension	D	Rapidité et facilité avec lesquelles un domaine donné peut être revendu sur le marché secondaire.
☐	5. Valeur du trafic	E	Estimation financière structurée de la juste valeur marchande d'un nom de domaine fondée sur l'analyse de données.
☐	6. Liquidité du marché	F	Différences de valeur marchande relative et de confiance des consommateurs entre les extensions de domaine (par ex. .com et .net).
☐	7. Indicateur de potentiel de marque	G	Offre limitée de mots-clés très demandés et de combinaisons de caractères courtes dans un TLD donné.
☐	8. Statut de verrouillage EPP	H	Valeur monétaire équivalente des visiteurs issus de la recherche organique qui arrivent directement sur un nom de domaine.

Point de contrôle 5 : Mots croisés

Résolvez la grille de mots croisés en tapant des lettres dans les cases blanches actives. Les numéros correspondent aux définitions ci-dessous.



HORIZONTALEMENT

1. Statut de sécurité empêchant les modifications ou transferts non autorisés pendant les négociations de vente de l'actif (9)

8. Valeur monétaire équivalente des visiteurs issus de la recherche organique qui arrivent directement sur un nom de domaine (14)

VERTICALEMENT

2. Estimation financière structurée de la juste valeur marchande d'un nom de domaine, fondée sur l'analyse de données (10)

3. Évaluation qualitative de la prononçabilité d'un domaine, de la simplicité de son orthographe et de son potentiel de marque (12)

4. Prix de transactions passées portant sur des noms de domaine similaires, utilisés comme références de prix (11)

5. Écarts relatifs de valeur marchande et de confiance des consommateurs entre suffixes de domaine (par ex. .com ou .net) (9)

6. Offre limitée de mots-clés très demandés et de combinaisons de caractères courtes dans un TLD donné (6)

7. Rapidité et facilité avec lesquelles un actif de domaine donné peut être revendu sur le marché secondaire (9)

Point de contrôle 5, variante : Définitions de mots croisés accessibles

Les utilisateurs de lecteurs d'écran et de clavier peuvent saisir les réponses des mots croisés directement dans les champs de texte ci-dessous.

HORIZONTALEMENT

1 horizontal: Statut de sécurité empêchant les modifications ou transferts non autorisés pendant les négociations de vente de l'actif (9 lettres):

8 horizontal: Valeur monétaire équivalente des visiteurs issus de la recherche organique qui arrivent directement sur un nom de domaine (14 lettres):

VERTICALEMENT

2 vertical: Estimation financière structurée de la juste valeur marchande d'un nom de domaine, fondée sur l'analyse de données (10 lettres):

3 vertical: Évaluation qualitative de la prononçabilité d'un domaine, de la simplicité de son orthographe et de son potentiel de marque (12 lettres):

4 vertical: Prix de transactions passées portant sur des noms de domaine similaires, utilisés comme références de prix (11 lettres):

5 vertical: Écarts relatifs de valeur marchande et de confiance des consommateurs entre suffixes de domaine (par ex. .com ou .net) (9 lettres):

6 vertical: Offre limitée de mots-clés très demandés et de combinaisons de caractères courtes dans un TLD donné (6 lettres):

7 vertical: Rapidité et facilité avec lesquelles un actif de domaine donné peut être revendu sur le marché secondaire (9 lettres):

Point de contrôle 6 : Mots cachés

Trouvez les 8 termes de vocabulaire clés cachés dans la grille ci-dessous. Les mots peuvent être horizontaux, verticaux ou en diagonale.

E S C A L Q C Z M K V R U A S

T W N O I T A U L A V E J M M

I H H N V E R R O U E P P H R

L F K T L R W H B U F Y O Y W

I S R H T X A P U N N Z O I Q

B T A I P V U O U U K A E P M

A K R A N V G G P Q X Y J K V

D J E Y W E T I D I U Q I L Y

N P T J I Z I J N A E I A S A

A J E N O I S N E T X E F W E

R V A L E U R D U T R A F I C

B K Z K E K Q N J A F O K N D

N C C O M P A R A B L E S D H

I B A P R L P W T I Y F Y S G

X W H F R T N U K R D T S L P

LISTE DE MOTS DE VOCABULAIRE

EVALUATION COMPARABLES RARETE EXTENSION VALEURDUTRAFIC
LIQUIDITE BRANDABILITE VERROUEPP

Point de contrôle 6, variante : Association de vocabulaire accessible

Associez chacun des 8 termes de vocabulaire de la grille de mots cachés à sa définition en écrivant la lettre (A-H) dans l'espace prévu.

TERMES DE VOCABULAIRE
A. EVALUATION
B. COMPARABLES
C. RARETE
D. EXTENSION
E. VALEURDUTRAFIC
F. LIQUIDITE
G. BRANDABILITE
H. VERROUEPP

	DÉFINITIONS ET CHAMPS D'ASSOCIATION
	1. Rapidité et facilité avec lesquelles un actif de domaine donné peut être revendu sur le marché secondaire.
	2. Offre limitée de mots-clés très demandés et de combinaisons de caractères courtes dans un TLD donné.
	3. Prix de transactions passées portant sur des noms de domaine similaires, utilisés comme références de prix.
	4. Valeur monétaire équivalente des visiteurs issus de la recherche organique qui arrivent directement sur un nom de domaine.
	5. Écarts relatifs de valeur marchande et de confiance des consommateurs entre suffixes de domaine (par ex. .com ou .net).
	6. Estimation financière structurée de la juste valeur marchande d'un nom de domaine, fondée sur l'analyse de données.
	7. Statut de sécurité empêchant les modifications ou transferts non autorisés pendant les négociations de vente de l'actif.
	8. Évaluation qualitative de la prononçabilité d'un domaine, de la simplicité de son orthographe et de son potentiel de marque.

Point de contrôle 7 : Défi des mots mélangés

Remettez les lettres ci-dessous dans l'ordre pour découvrir des notions clés du courtage de domaines. Écrivez vos réponses dans les champs prévus.

1. OTAUVEINLA
2. ERRTEA
3. VTAIUCRALD URFE
4. TIDABEAILBR N
5. LOBAMSARCE P
6. OEXISENNT
7. DLTEIUIIQ
8. POPVREUER

Activité bonus : Réflexion rapide

3 RÉPONSES PAR CATÉGORIE. LE PREMIER À REMPLIR SA LISTE GAGNE.

1	Choses qui font baisser la valeur d'un domaine			
2	Autres choses qui ont une valeur marchande			
3	Choses qui font un mauvais nom de domaine			
4	Choses qui font un bon nom de domaine			
5	Mots qui décrivent un bon négociateur			
6	Secteurs qui ont besoin d'un excellent domaine			
7	Extensions de domaine que vous connaissez			
8	Façons de trouver un prix juste			
9	Choses qui font augmenter la valeur d'un domaine			
10	Mots liés à l'achat et à la vente			
11	Éléments d'un contrat d'achat			
12	Noms que vous pourriez inventer pour une nouvelle application			
13	Mots courts qui feraient des domaines coûteux			
14	Raisons pour lesquelles une entreprise change de nom			
15	Chiffres qui permettent de mesurer le trafic			

Point de contrôle 8 : Études de cas sur le courtage de domaines

Appliquez les notions apprises pour résoudre les scénarios réels ci-dessous.

ÉTUDE DE CAS 1 : ANALYSE DES VENTES COMPARABLES

👷

Scénario : Une entreprise souhaite acheter le domaine 'VR.com'. Le vendeur en demande $3,000,000. Le conseil d'administration exige un rapport d'évaluation complet avant d'approuver la dépense. Le courtier réalise une analyse des ventes comparables (comps) à partir des données publiques de ventes de domaines .com à 2 lettres.

Question de discussion : Décrivez la méthode de sélection des comparables pertinents et d'ajustement en fonction des tendances du marché.

ÉTUDE DE CAS 2 : ÉVALUATION D'UN DOMAINE SELON SON TRAFIC

👷

Scénario : Un nom de domaine reçoit chaque mois 20,000 visiteurs uniques en navigation directe pour le mot-clé 'Loans'. Le coût par clic (CPC) moyen de ce mot-clé dans Google Ads est de $5.00.

Question de discussion : Montrez comment un expert calcule la valeur équivalente en marketing sur les moteurs de recherche (SEM) de ce trafic organique et applique un multiplicateur pour établir une valeur de référence du domaine.

Point de contrôle 9 : Déchiffrer le code

Un courtier en domaines protège les fonds de son client lors des acquisitions discrètes. Utilisez la clé de correspondance lettres-chiffres ci-dessous pour déchiffrer le message de cybersécurité en écrivant les lettres correspondantes dans les cases vides.

CLÉ DE CHIFFREMENT LETTRE-CHIFFRE

A=1 B=2 C=3 D=4 E=5 F=6 G=7 H=8 I=9 J=10

K=11 L=12 M=13 N=14 O=15 P=16 Q=17 R=18 S=19 T=20

U=21 V=22 W=23 X=24 Y=25 Z=26

5	22	1	12	21	5	26		16	18	5	3	9	19	5	13	5	14	20

12	1		22	1	12	5	21	18		4	5		22	15	20	18	5

4	15	13	1	9	14	5

Message déchiffré :

ASTUCE : CHAQUE NOMBRE REPRÉSENTE LA POSITION DE LA LETTRE DANS L'ALPHABET (P. EX. 1 = A, 2 = B, 26 = Z).

Point de contrôle 10 : Questions fréquentes de base sur le courtage de domaines (Partie A)

Passez en revue les questions et réponses les plus courantes sur le courtage de domaines et les acquisitions discrètes.

Q1: Qu'est-ce que l'évaluation d'un domaine ?

Une analyse d'expert qui détermine la juste valeur marchande d'un nom de domaine.

Q2: Pourquoi le .com est-il l'extension la plus précieuse ?

En raison de son autorité mondiale, de sa notoriété de marque inégalée et de la confiance qu'il inspire aux consommateurs.

Q3: Que sont les ventes comparables (comps) ?

Prix de transactions passées de domaines similaires, utilisés pour orienter l'évaluation actuelle.

Q4: Comment le volume de recherche influe-t-il sur la valeur d'un domaine ?

Un volume de recherche élevé traduit une forte demande organique des consommateurs, ce qui fait grimper la valeur des domaines.

Q5: Qu'est-ce que le trafic de navigation directe ?

Visiteurs qui tapent un domaine directement dans la barre d'adresse du navigateur, ce qui indique une forte intention.

Point de contrôle 10 : Questions fréquentes de base sur le courtage de domaines (Partie B)

Passez en revue les questions et réponses les plus courantes sur le courtage de domaines et les acquisitions discrètes.

Q6: Les domaines courts ont-ils plus de valeur ?

Oui, les domaines courts (combinaisons de 2 et 3 lettres) sont très rares et se vendent à des prix élevés.

Q7: Les chiffres et les tirets réduisent-ils la valeur d'un domaine ?

Oui, ils ajoutent de la confusion orthographique, réduisent le potentiel de marque et font nettement baisser les évaluations.

Q8: Qu'est-ce que la valeur de liquidation ?

Le prix auquel un domaine se vendrait rapidement lors d'une enchère ou sur un marché de gros.

Q9: Quel est l'impact de la longueur d'un domaine sur l'image de marque ?

Les domaines plus courts sont plus faciles à retenir, réduisent les fautes d'orthographe et sont mieux mémorisés comme marque.

Q10: Qui réalise les évaluations professionnelles de domaines ?

Évaluateurs expérimentés et sociétés de courtage spécialisées utilisant des modèles d'évaluation fondés sur les données.

Point de contrôle 10 : Questions fréquentes avancées sur l'évaluation des domaines (Partie C)

Découvrez les aspects commerciaux et d'évaluation des transferts de domaines premium et du financement par location avec option d'achat.

Q1: Comment calcule-t-on l'équivalent en valeur de trafic lors de l'évaluation d'un domaine ?

En multipliant le volume mensuel de recherche organique par le CPC moyen pour déterminer le coût équivalent de remplacement par du trafic payant.

Q2: Comment les données des bases de ventes comparables justifient-elles le prix d'une transaction ?

Ils fournissent des références de transactions objectives et historiques qui aident acheteurs et vendeurs à accorder leurs attentes de prix.

Q3: Quels facteurs déterminent la valeur de gros d'un domaine par rapport à sa valeur pour l'utilisateur final ?

La valeur de gros repose sur la liquidité immédiate auprès des investisseurs, tandis que la valeur pour l'utilisateur final reflète l'utilité stratégique de la marque pour l'entreprise.

Q4: Quel est l'impact des risques juridiques liés aux marques sur l'évaluation des domaines ?

Les domaines en conflit avec des marques déposées existantes présentent une forte responsabilité juridique et n'ont pratiquement aucune valeur juridique ou commerciale.

Q5: Qu'est-ce qui fait des domaines .com génériques d'un seul mot les actifs numériques les mieux évalués ?

Leur rareté, leur autorité qui définit un secteur et leur capacité à signaler un leadership de catégorie.

Point de contrôle 10 : Questions fréquentes avancées sur l'évaluation des domaines (Partie D)

Découvrez les aspects commerciaux et d'évaluation des transferts de domaines premium et du financement par location avec option d'achat.

Q6: Comment les gTLD récents se comparent-ils en matière de liquidité sur le marché secondaire ?

La plupart des nouveaux gTLD ont des marchés de revente moins actifs que le .com : ils sont donc généralement plus difficiles à revendre rapidement.

Q7: Comment l'historique DNS influe-t-il sur la valeur des domaines ?

Un historique de spam, de logiciels malveillants ou de sanctions par les moteurs de recherche peut fortement dégrader la valeur SEO et l'estimation d'un domaine.

Q8: Qu'est-ce qu'un multiplicateur d'évaluation et comment est-il choisi ?

Un coefficient appliqué à la valeur annuelle du trafic, choisi en fonction de la croissance du secteur, du caractère commercial des mots-clés et de la force de la marque.

Q9: L'ancienneté de l'enregistrement influe-t-elle sur la valeur d'expertise d'un domaine ?

Seulement indirectement : les noms plus anciens sont souvent courts et génériques, et un historique propre renforce la confiance des acheteurs.

Q10: Comment la demande internationale de domaines influe-t-elle sur les évaluations mondiales ?

Les domaines correspondant à des mots-clés dans plusieurs langues de pays à PIB élevé atteignent des primes mondiales grâce à leur plus grande utilité commerciale.

Partie 11 : 10 faits et enseignements concrets sur le courtage de domaines

Découvrez ces faits concrets et précieux sur l'évaluation des domaines, l'acquisition discrète et la sécurité du séquestre (escrow).

1. APERÇU DU DOMAINE

Évaluation par la rareté : il n'existe que 676 combinaisons .com de deux lettres et 17 576 combinaisons .com de trois lettres composées uniquement de lettres, une offre fixe qui fait monter les valeurs de revente.

2. APERÇU DU DOMAINE

Valeur de l'extension phare : le .com est de loin le plus grand TLD, et les noms en .com dominent les ventes de domaines les plus élevées rendues publiques dans les archives de ventes. [2]

3. APERÇU DU DOMAINE

Navigation directe : certains domaines génériques premium reçoivent des visiteurs qui saisissent directement le nom, ce que les évaluateurs comptent comme une valeur supplémentaire.

4. APERÇU DU DOMAINE

Multiplicateurs de valeur : les évaluations fondées sur le trafic appliquent un multiplicateur à la valeur annuelle du trafic de marketing de recherche d'un domaine ; le multiple varie selon l'évaluateur.

5. APERÇU DU DOMAINE

Remises liées à la longueur : les noms de quatre lettres sont bien plus nombreux que ceux de 3 lettres, si bien qu'ajouter une lettre fait généralement baisser la valeur d'estimation de base d'un domaine.

6. APERÇU DU DOMAINE

Impact de l'UDRP : un domaine qui porte atteinte à une marque peut être transféré ou annulé en vertu de l'UDRP, ce qui réduit fortement sa valeur commerciale. [3]

7. ZOOM SUR LES DOMAINES

Indice de liquidité : les domaines numériques courts (combinaisons de 2 et 3 chiffres) sont échangés par les investisseurs pour leur brièveté, indépendamment du sens des mots-clés.

8. ZOOM SUR LES DOMAINES

Bases de données de ventes comparables : les archives publiques de ventes recensent de nombreuses transactions de domaines passées, qui constituent la base de l'analyse des ventes comparables.

9. ZOOM SUR LES DOMAINES

Pénalité du trait d'union : les domaines avec trait d'union sont généralement évalués plus bas, car de nombreux utilisateurs tapent plutôt la version sans trait d'union.

10. APERÇU DU DOMAINE

Trafic automatique : certains domaines génériques composés d'un seul mot attirent du trafic direct (saisi dans la barre d'adresse) qui peut générer des revenus publicitaires, ce qui augmente leur valeur estimée.

Références techniques et sources

Le guide d'étude et les énigmes interactives sont tirés des normes internationales de l'ICANN, de l'UDRP de l'OMPI (WIPO) et des services de séquestre (escrow) de domaines agréés.

RÉFÉRENCES ACADÉMIQUES ET PROFESSIONNELLES

[1] Google Search Central. (2015). Google's handling of new top level domains.

https://developers.google.com/search/blog/2015/07/googles-handling-of-new-top-level

[2] Verisign. (2026). Domain Name Industry Brief Quarterly Report: DNIB.com Announces 392.5 Million Domain Name Registrations in the First Quarter of 2026.

https://blog.verisign.com/domain-names/q1-2026-domain-name-industry-brief-quarterly-report/

[3] ICANN. (2024). Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy.

https://www.icann.org/resources/pages/policy-2024-02-21-en

[4] WIPO. (2017). WIPO Overview of WIPO Panel Views on Selected UDRP Questions, Third Edition ("WIPO Jurisprudential Overview 3.0").

https://www.wipo.int/amc/en/domains/search/overview3.0/

[5] Escrow.com. (n.d.). Securely Buy & Sell Domains & Websites Online.

https://www.escrow.com/domains

Corrigé : Point de contrôle 1 – Choix multiple

1 Question 1

Bonne réponse : B

NOTE PÉDAGOGIQUE

Quel est le principal facteur de la valeur d'un domaine ? → La rareté et l'utilité commerciale du mot-clé

2 Question 2

Bonne réponse : A

NOTE PÉDAGOGIQUE

Quelle méthode évalue les domaines à partir de l'historique des ventes passées ? → Analyse des ventes comparables (comps)

3 Question 3

Bonne réponse : B

NOTE PÉDAGOGIQUE

B : le .com est l'extension la plus reconnue, avec le marché de revente le plus profond, même si Google ne le classe pas mieux.

4 Question 4

Bonne réponse : B

NOTE PÉDAGOGIQUE

Quelle mesure évalue la valeur du trafic SEO d'un domaine ? → Valeur du trafic en équivalent coût par clic (CPC)

5 Question 5

Bonne réponse : B

NOTE PÉDAGOGIQUE

Quel est le principal risque des outils d'estimation automatisés ? → Ils manquent de contexte de marché humain, d'analyse de la demande des utilisateurs finaux et de valeur de marque premium

Corrigé : Point de contrôle 2 – Vrai ou faux

6 Question 6

Bonne réponse : Faux

NOTE PÉDAGOGIQUE

Faux : les estimations reflètent la demande, la rareté et les ventes comparables, et non les frais d'enregistrement initiaux.

7 Question 7

Bonne réponse : Vrai

NOTE PÉDAGOGIQUE

Vrai : le nombre de combinaisons .com 2L et 3L est fixe, et cette offre limitée soutient des valeurs de revente élevées.

8 Question 8

Bonne réponse : Faux

NOTE PÉDAGOGIQUE

Faux : Google traite les nouveaux gTLD comme .app et .tech comme des domaines génériques, et non comme des domaines nationaux.

9 Question 9

Bonne réponse : Vrai

NOTE PÉDAGOGIQUE

L'analyse des ventes comparables est une méthode courante pour justifier le prix d'un domaine premium lors d'acquisitions par des entreprises.

10 Question 10

Bonne réponse : Faux

NOTE PÉDAGOGIQUE

Faux : la valeur des domaines évolue avec les tendances du secteur, la demande et les évolutions technologiques.

Corrigés du vocabulaire et grille d'évaluation

Grille de notation de l'enseignant : attribuez 1 point par association correcte (8 points au total) et par terme en contexte (6 points au total).

POINT DE CONTRÔLE 4 : CORRIGÉ DE L'ASSOCIATION DE NOTIONS

E 1. Expertise d'évaluation	C 2. Ventes comparables	G 3. Rareté des domaines	F 4. Force de l'extension
H 5. Valeur du trafic	D 6. Liquidité du marché	B 7. Indicateur de potentiel de marque	A 8. Statut de verrouillage EPP

POINT DE CONTRÔLE 3 : CORRIGÉ DES TERMES CLÉS

1 EXPERTISE	2 COMPARABLES	3 EXTENSION	4 RARETÉ
5 MÉTRIQUES	6 LIQUIDITÉ		

POINT DE CONTRÔLE 6, VARIANTE : CORRIGÉ DE L'ASSOCIATION DE MOTS

1 F – LIQUIDITE	2 C – RARETE	3 B – COMPARABLES	4 E – VALEURDUTRAFIC
5 D – EXTENSION	6 A – EVALUATION	7 H – VERROUEPP	8 G – BRANDABILITE

NOTES DE DISCUSSION POUR LES ENSEIGNANTS

Précision de l'évaluation :
Vérifiez que les élèves comprennent comment la longueur du domaine, l'extension (.com, .ai) et le volume de recherche commerciale déterminent le prix d'évaluation.

Sécurité du séquestre :
Insistez sur le fait que les fonds sont détenus sur des comptes de tiers agréés avant que le changement de titulaire ne soit vérifié dans les données d'enregistrement (RDAP).

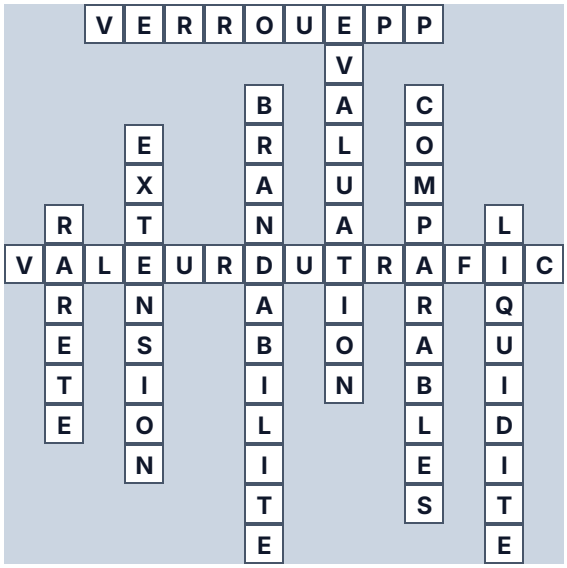
Représentation discrète :
Soulignez le rôle des NDA (accords de confidentialité) et de la représentation par un tiers pour éviter les hausses de prix spéculatives lors des acquisitions d'entreprise.

Corrigés des jeux et notes pour l'enseignant

SOLUTION DES MOTS CACHÉS

E	S	C	A	L	Q	C	Z	M	K	V	R	U	A	S
T	W	N	O	I	T	A	U	L	A	V	E	J	M	M
I	H	H	N	V	E	R	R	O	U	E	P	P	H	R
L	F	K	T	L	R	W	H	B	U	F	Y	O	Y	W
I	S	R	H	T	X	A	P	U	N	N	Z	O	I	Q
B	T	A	I	P	V	U	O	U	U	K	A	E	P	M
A	K	R	A	N	V	G	G	P	Q	X	Y	J	K	V
D	J	E	Y	W	E	T	I	D	I	U	Q	I	L	Y
N	P	T	J	I	Z	I	J	N	A	E	I	A	S	A
A	J	E	N	O	I	S	N	E	T	X	E	F	W	E
R	V	A	L	E	U	R	D	U	T	R	A	F	I	C
B	K	Z	K	E	K	Q	N	J	A	F	O	K	N	D
N	C	C	O	M	P	A	R	A	B	L	E	S	D	H
I	B	A	P	R	L	P	W	T	I	Y	F	Y	S	G
X	W	H	F	R	T	N	U	K	R	D	T	S	L	P

SOLUTION DES MOTS CROISÉS



GUIDE DE L'ENSEIGNANT : SOLUTIONS DES MOTS CROISÉS

HORIZONTALEMENT

1 horizontal: VERROUEPP Statut de sécurité empêchant les modifications ou transferts non autorisés pendant les négociations de vente de l'actif (9 lettres)

8 horizontal: VALEURDUTRAFIC Valeur monétaire équivalente des visiteurs issus de la recherche organique qui arrivent directement sur un nom de domaine (14 lettres)

VERTICALEMENT

2 vertical: EVALUATION Estimation financière structurée de la juste valeur marchande d'un nom de domaine, fondée sur l'analyse de données (10 lettres)

3 vertical: BRANDABILITE Évaluation qualitative de la prononçabilité d'un domaine, de la simplicité de son orthographe et de son potentiel de marque (12 lettres)

4 vertical: COMPARABLES Prix de transactions passées portant sur des noms de domaine similaires, utilisés comme références de prix (11 lettres)

5 vertical: EXTENSION Écarts relatifs de valeur marchande et de confiance des consommateurs entre suffixes de domaine (par ex. .com ou .net) (9 lettres)

6 vertical: RARETE Offre limitée de mots-clés très demandés et de combinaisons de caractères courtes dans un TLD donné (6 lettres)

7 vertical: LIQUIDITE Rapidité et facilité avec lesquelles un actif de domaine donné peut être revendu sur le marché secondaire (9 lettres)

Corrigé des mots mélangés et du code

Corrigé de l'activité de remise en ordre des lettres du vocabulaire et du défi du code secret.

CORRIGÉ DES MOTS MÉLANGÉS

1. OTAUVEINLA — **EVALUATION**
2. ERRTEA — **RARETE**
3. VTAIUCRALDURFE — **VALEURDUTRAFIC**
4. TIDABEAILBRN — **BRANDABILITE**
5. LOBAMSARCEP — **COMPARABLES**
6. OEXISENNT — **EXTENSION**
7. DLTEIUIIQ — **LIQUIDITE**
8. POPVREUER — **VERROUEPP**

CORRIGÉ DU DÉFI DU CODE SECRET

"EVALUEZ PRECISEMENT LA VALEUR DE VOTRE DOMAINE"

Corrigé des études de cas sur le courtage de domaines

A Étude de cas 1 : Analyse des ventes comparables

Corrigé de l'enseignant

CONSIGNE DE NOTATION

Les réponses des élèves doivent couvrir les points suivants :

- Analyse de scénario : une entreprise souhaite acheter le domaine 'VR.com'. Le vendeur demande 3 000 000 $. Le conseil d'administration exige un rapport d'évaluation complet avant d'approuver l'investissement. Le courtier réalise une analyse des ventes comparables (comps) à partir des données publiques de ventes de domaines .com de 2 lettres.
- Stratégie et solution recommandées : Grille de notation : attribuer 3 points pour la description détaillée des critères de sélection des ventes comparables, 3 points pour l'ajustement des valeurs selon les tendances historiques et 4 points pour la présentation de la fourchette d'évaluation finale.

B Étude de cas 2 : Évaluation d'un domaine selon son trafic

Corrigé de l'enseignant

CONSIGNE DE NOTATION

Les réponses des élèves doivent couvrir les points suivants :

- Analyse de scénario : un nom de domaine reçoit 20 000 visiteurs uniques en navigation directe par mois pour le mot-clé 'Loans'. Le coût par clic (CPC) moyen de ce mot-clé dans Google Ads est de 5,00 $.
- Stratégie et solution recommandées : Grille de notation : attribuer 4 points pour le calcul des formules de valeur du trafic, 3 points pour l'application de multiplicateurs d'évaluation appropriés et 3 points pour la prise en compte des taux de conversion.