

BILAN DE LA FRÉQUENTATION DU SITE ETHIC-ETAPES.FR
3^{ème} trimestre 2012



Les indicateurs clés de performance

- Les visites / visiteurs / pages vues / temps passé sur le site
- La fidélisation des visiteurs
- Le taux de rebond
- Les sources du trafic
- Les principales pages d'entrée
 - > *La part de la page d'accueil*
 - > *La part des séjours et destination*
- Les principales pages de sortie
- La navigation sur le site:
 - > *Le top 20 des pages les plus consultées*
 - > *Les pages les plus consultées par chapitre*
 - > *Évolution de la consultations de chaque produit*
- Évolution du nombre de formulaire validé dans la partie « contact »
- Évolution de la validation du formulaire d'inscription à la newsletter

BILAN DE LA FRÉQUENTATION DU SITE ETHIC-ETAPES.FR

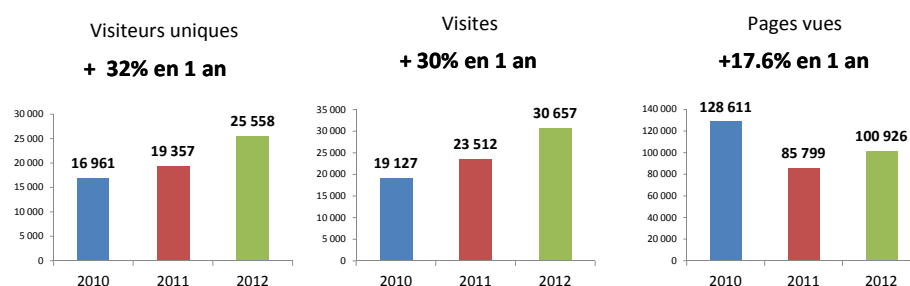
3^{ème} trimestre 2012

Chiffres clés du site au 3^{ème} trimestre 2012

	3 ^{ème} trimestre 2011	3 ^{ème} trimestre 2012	
Visiteurs uniques	19 357	25 558	+ 32%
Visites	23 512	30 657	+ 30%
Pages vues	85 158	100 926	+ 17.6%
Pages vues par visite	3.6	3.3	
Nouvelles visites	82.33%	83.37%	
Taux de rebond	47%	49%	
Visiteurs accédant au site depuis la page d'accueil	43.72%	34.49%	
Accès depuis un terminal mobile	714 visites 3% des visites	1 854 visites 6% des visites	
Part des visites sur les versions étrangères	10%	9.4%	

Visites / visiteurs / pages vues

3^{ème} trimestre 2012



Le nombre de visites a augmenté de 30% en 1 an

Au 3^{ème} trimestre 2012, 6 201 internautes supplémentaires ont accédé au site

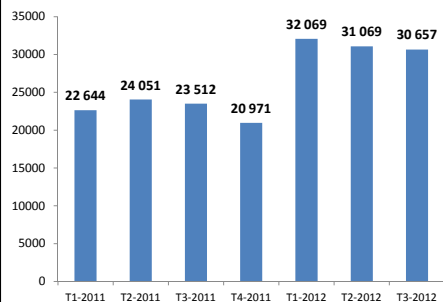
BILAN DE LA FRÉQUENTATION DU SITE ETHIC-ETAPES.FR

3^{ème} trimestre 2012

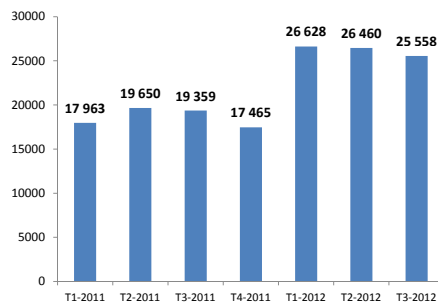
Évolution du nombre de visites / visiteurs par trimestre

2011 - 2012

Évolution du nombre de visites
par trimestre depuis début 2011



Évolution du nombre de visiteurs
par trimestre depuis début 2011

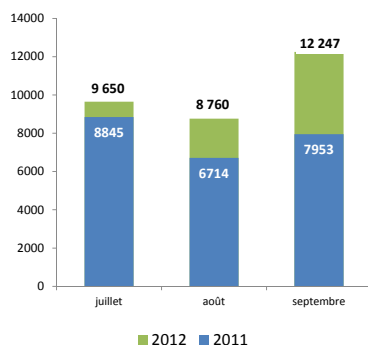


Le 3^{ème} trimestre est
traditionnellement le moins
performant de l'année (juillet / août)

Évolution du nombre de visites mensuelles

3^{ème} trimestre 2012

Évolution du nombre de visites
juillet / août / septembre



Évolution des visites par mois

juillet: +9% de visites
août: +31% de visites
septembre: +54% de visites

Septembre reste le mois le plus fréquenté
de l'année avec 12 247 visites.

La forte progression est en partie liée
à l'envoi des campagnes emailing
(14 campagnes programmées en sept)

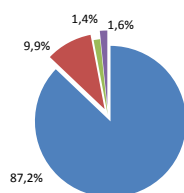
BILAN DE LA FRÉQUENTATION DU SITE ETHIC-ETAPES.FR

3^{ème} trimestre 2012

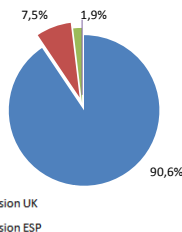
Répartition des visites par version

3^{ème} trimestre 2012

Répartition des visites
au T3 - 2011



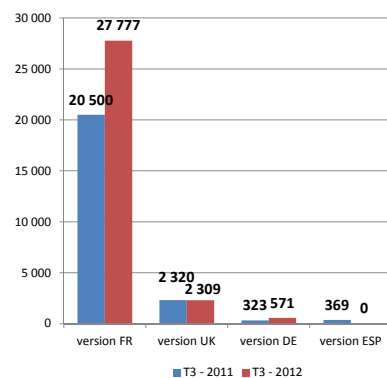
Répartition des visites
au T3 - 2012



La progression des visites concerne
essentiellement la version FR.

Notons tout de même une hausse des
visites sur la version DE:
+76.8% en 1 an

Evolution du nombre de visites par version



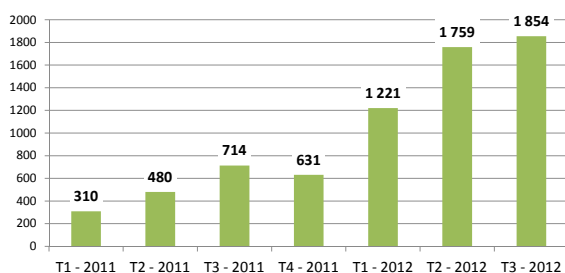
Remarque concernant la version ESP

Les visites de la version ESP sont redirigées vers la
version FR jusqu'à la mise en ligne de la version ESP.

Évolution du nombre de visites mobiles

2011 - 2012

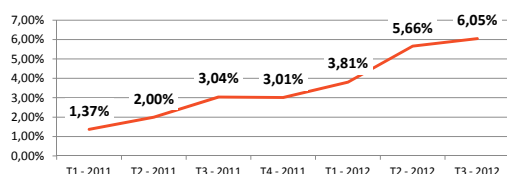
Nombre de visites provenant d'un terminal mobile



Le nombre de visites
mobiles continue de
progresser

Les visites mobiles ont
augmenter de 160% en 1
an et représentent
aujourd'hui plus de 6% des
visites totales

Part de visites mobiles



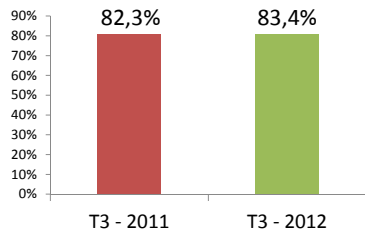
BILAN DE LA FRÉQUENTATION DU SITE ETHIC-ETAPES.FR

3^{ème} trimestre 2012

L'évolution de la fidélisation des visiteurs

3^{ème} trimestre 2012

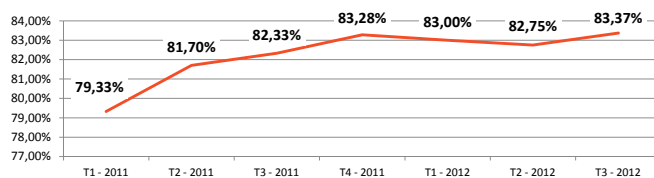
Pourcentage de 1^{ères} visites sur le site



Le taux de 1^{ère} visite reste important (83.4%)

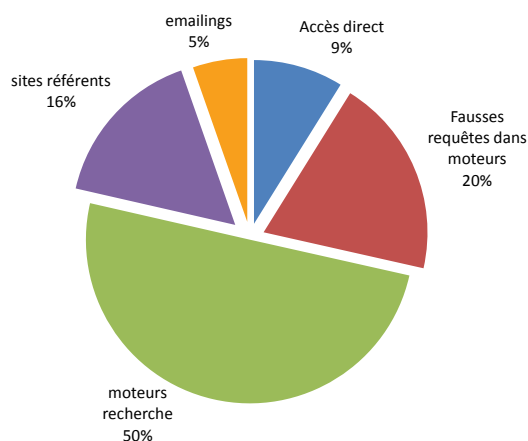
Il est principalement dû à la forte progression de notre visibilité dans les moteurs de recherche et à la multiplication des actions de prospection par email

Évolution du pourcentage de 1^{ères} visites sur le site



Sources du trafic

3^{ème} trimestre 2012



L'accès via moteurs de recherche reste le plus important.

Notons tout de même que les visites provenant de campagnes emailing prennent de l'importance (représente 5.4% des visites)

BILAN DE LA FRÉQUENTATION DU SITE ETHIC-ETAPES.FR

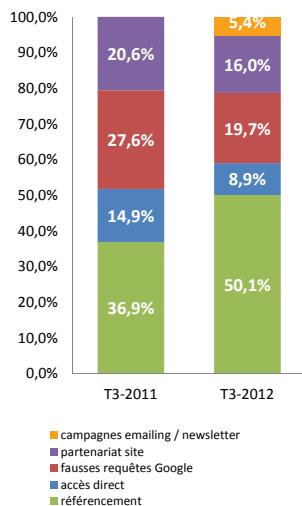
3^{ème} trimestre 2012

Sources du trafic (version française uniquement)

3^{ème} trimestre 2012

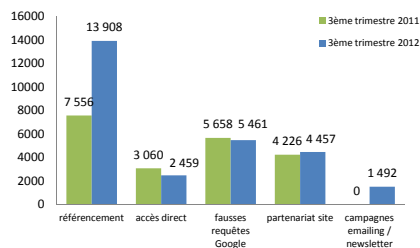
Évolution des sources de trafic en %tage

T3 - 2011 // T3 - 2012



Évolution du nombre de visites par source

T3 - 2011 // T3 - 2012



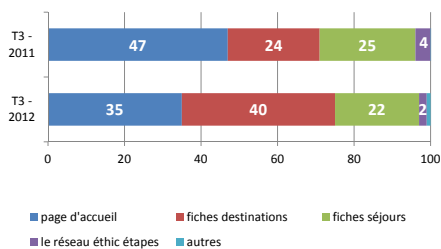
Le nombre de visites provenant d'un moteur de recherche continue de progresser : + 84% en 1 an

Les pages d'entrée du site

3^{ème} trimestre 2012

Analyse des pages d'entrée

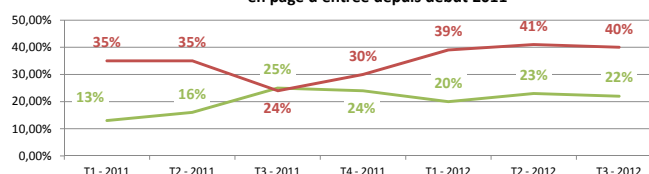
3^{ème} trimestre 2011 – 3^{ème} trimestre 2012



La page d'entrée correspond à la 1^{ère} page visualisée par l'internaute

62% des visites ont commencé directement sur une fiche 'destinations' ou 'séjours' au T3 en 2012, contre 49% au T3 l'an dernier.

Évolution de la part de fiches « produits » et « destinations » en page d'entrée depuis début 2011



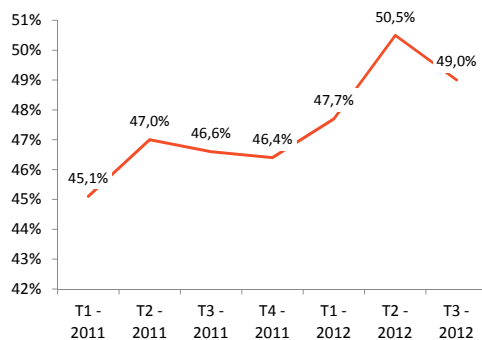
BILAN DE LA FRÉQUENTATION DU SITE ETHIC-ETAPES.FR

3^{ème} trimestre 2012

L'évolution du taux de rebond

3^{ème} trimestre 2012

Évolution du pourcentage de taux de rebond
sur les 3 premiers trimestres de 2012

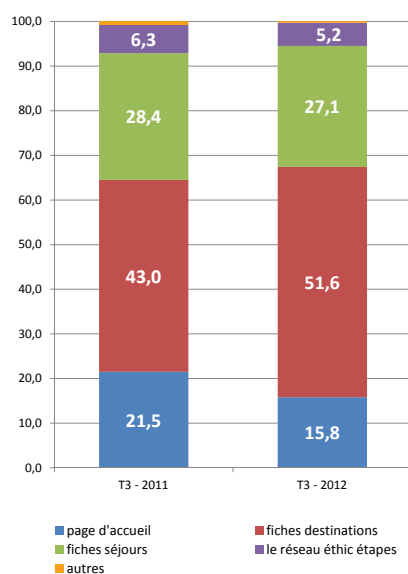


Un rebond est une visite au cours de laquelle l'internaute quitte le site dès la page d'entrée

Le taux de rebond régresse au 3^{ème} trimestre 2012, mais reste nettement supérieur qu'en 2011.

Les pages de sortie (français uniquement)

3^{ème} trimestre 2012



Le nombre de visites se terminant sur une page de 'fin de navigation' (fiches destinations / fiches séjours) progresse, passant de 71.4 à 78.7% en 1 an.

Autre statistique intéressante, le nombre de visites se terminant sur la page d'accueil diminue: 15.8% en 2012, contre 21.5 l'an dernier.

Ces statistiques laissent présager une navigation intuitive et une bonne mise en évidence des produits 'éthic étapes'

BILAN DE LA FRÉQUENTATION DU SITE ETHIC-ETAPES.FR

3^{ème} trimestre 2012

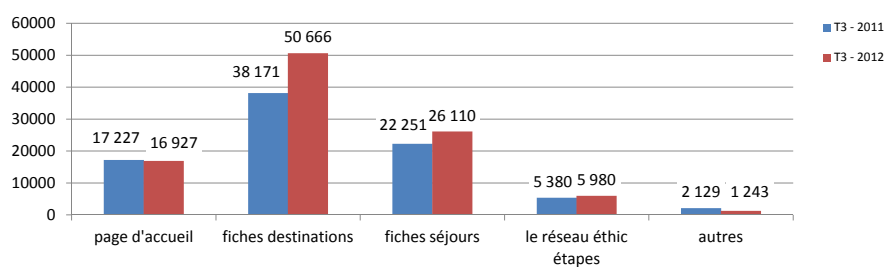
Les 20 pages les plus consultées

3^{ème} trimestre 2012

1	Page d'accueil	11	Destinations Montagne
2	Destinations Ville	12	Destinations Campagne
3	Résultats de recherche 'individuels et familles'	13	Fiche destination Aubervilliers
4	Fiche destination Paris – RIP	14	Fiche destination Saint Ours Les Roches
5	Destinations Mer	15	Fiche destination Blois
6	Destinations – éthic étapes à Paris	16	Fiche destination Angers
7	Fiche destination Paris – BVJ	17	Fiche destination Hendaye
8	Résultats de recherche 'les séjours scolaires'	18	Fiche destination Clermont Ferrand
9	Fiche destination Paris – FIAP	19	Fiche destination Amboise
10	Toutes les destinations	20	Fiche destination Romorantin

Pages les plus consultées par chapitre

3^{ème} trimestre 2012



LES PRINCIPALES PROGRESSIONS

fiches destinations	+ 12 495 pages vues	+ 32.7%
fiches produits	+ 3 859 pages vues	+ 17.3%

Les "destinations" restent les plus consultées
(50% des pages vues)

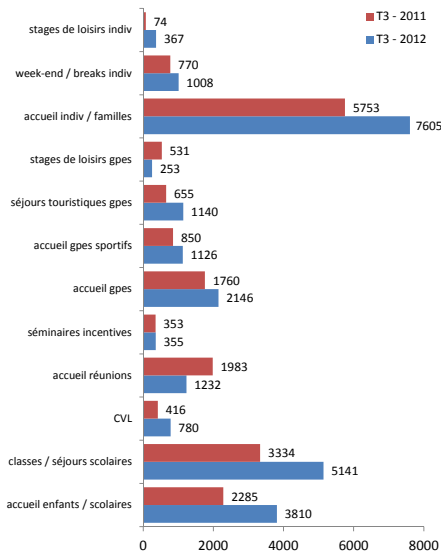
Les " produits " ont davantage été visualisés
par rapport à l'année dernière (+17% de
consultation). Néanmoins, nous notons une
légère baisse par rapport au 2 premiers
trimestres de l'année (-5% et -4%)

BILAN DE LA FRÉQUENTATION DU SITE ETHIC-ETAPES.FR

3^{ème} trimestre 2012

Produits les plus consultés sur le site

3^{ème} trimestre 2012



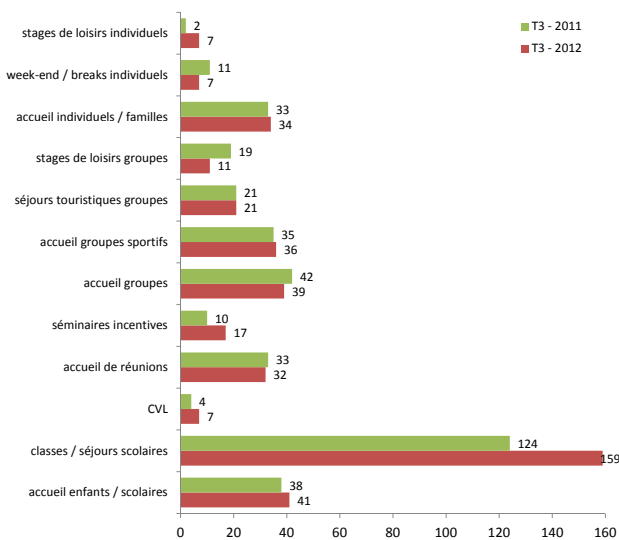
Les produits ont davantage été consultés au 3^{ème} trimestre 2012 par rapport à l'année précédente

Principales progressions:

- + 88% sur les vacances d'enfants
- + 54% sur les séjours scolaires
- +67% sur l'accueil d'enfants et scolaires
- +74% sur les séjours touristiques groupes
- +32% pour l'accueil d'individuels et familles

Évolution du nombre de produits en ligne

3^{ème} trimestre 2012



PROGRESSIONS / BAISSSES

week-end et breaks indiv	- 4 produits
stages de loisirs gpes	- 8 produits
accueil de groupes	- 3 produits
séminaires incentives	+ 7 produits
stages de loisirs indiv	+ 5 produits
Classes / séjours scolaires	+ 35 produits

Le nombre de produits packagés progresse de 20%

(229 contre 191 l'année dernière)

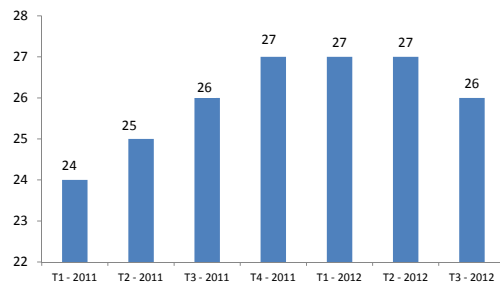
BILAN DE LA FRÉQUENTATION DU SITE ETHIC-ETAPES.FR

3^{ème} trimestre 2012

Évolution du nombre de produits en ligne

3^{ème} trimestre 2012

Nombre de centres ayant au moins 1 séjour
packagés en ligne



Depuis début 2011, le nombre de centres proposant des séjours packagés reste stable.

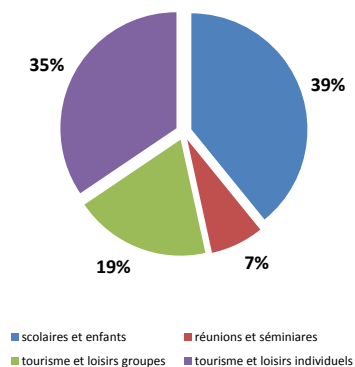
Depuis 1 an, aucun centre supplémentaire n'a mis en ligne de séjours.

Les nouveaux séjours proposés sur le site sont proposés par des centres ayant déjà créés des séjours.

Produits les plus consultés sur le site (par gamme)

3^{ème} trimestre 2012

Répartition des produits consultés
au T3 - 2012



Les produits scolaires et enfants restent les plus consultés

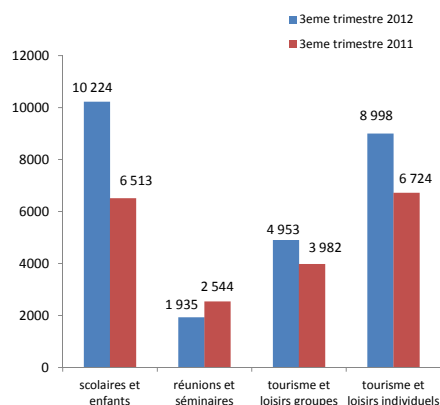
BILAN DE LA FRÉQUENTATION DU SITE ETHIC-ETAPES.FR

3^{ème} trimestre 2012

Produits les plus consultés sur le site (par gamme)

3^{ème} trimestre 2012

Évolution de la consultation des produits
entre T3 – 2011 et T3 - 2012

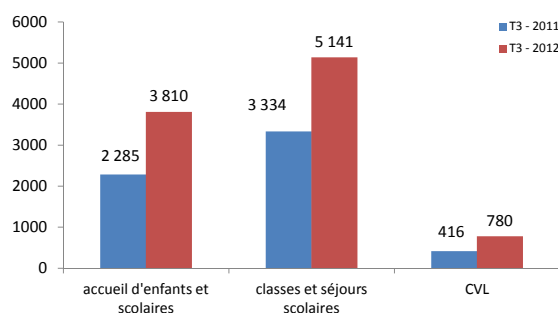


La consultation des produits des gammes "scolaires et enfants" et "tourisme individuels" est en forte progression (+57% et +34%)

Par contre, la gamme "réunions et séminaires" baisse de 24%

Produits les plus consultés dans la gamme – de 18 ans

3^{ème} trimestre 2012



Tous les produits de la gamme "enfants et adolescents" ont été davantage consultés.

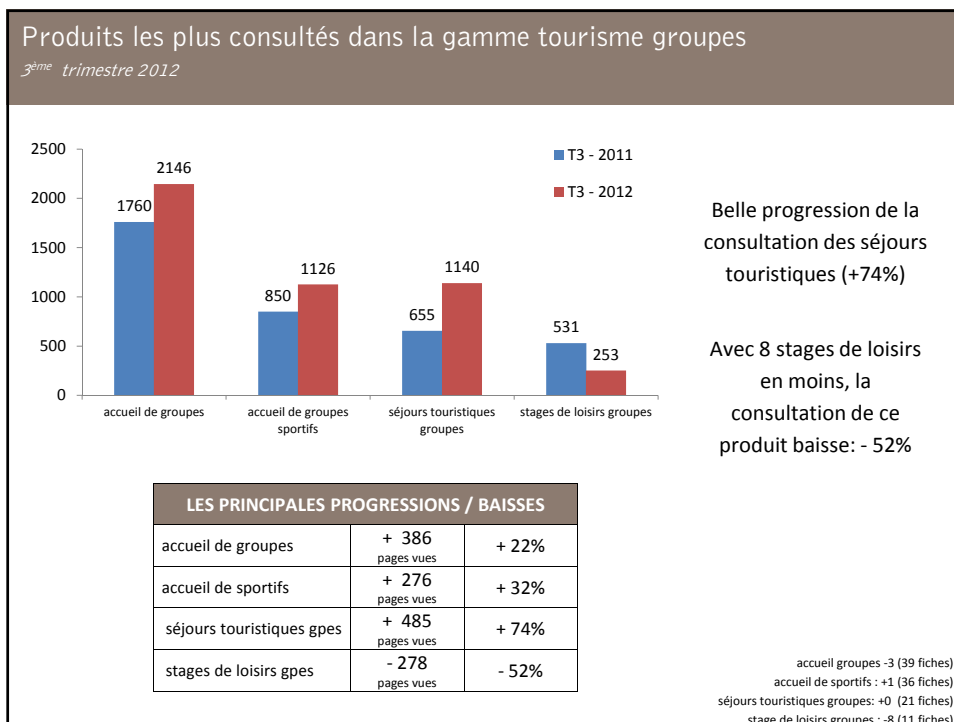
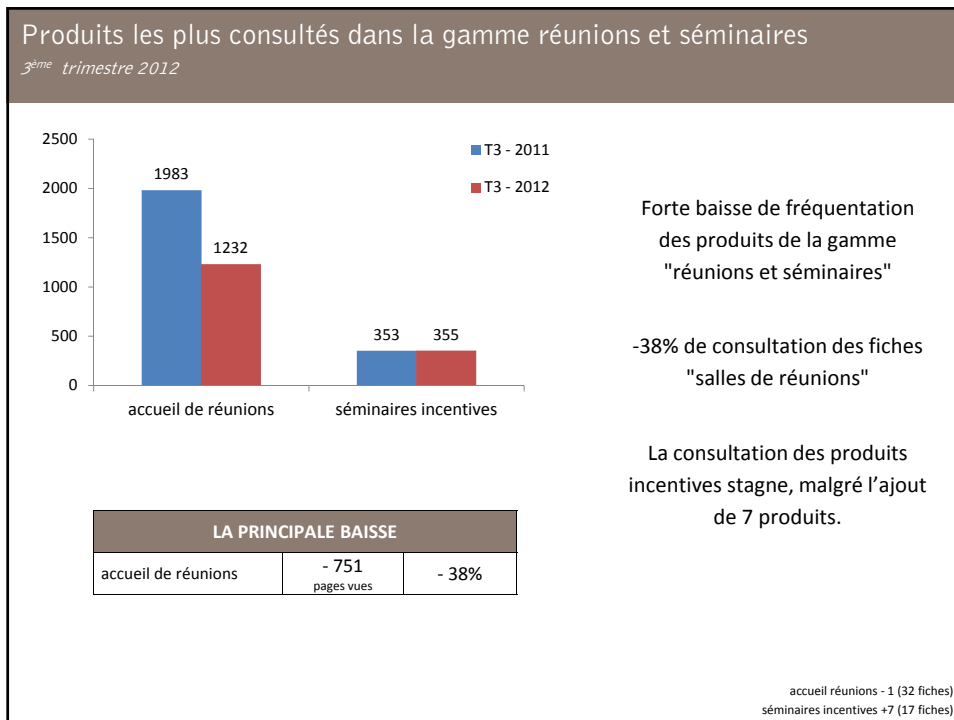
LES PRINCIPALES PROGRESSIONS

accueil enfants et scol.	+ 1 525 pages vues	+ 67%
classes et séjours scol.	+ 1 807 pages vues	+ 54%
CVL	+ 364 pages vues	+ 88%

accueil enfants: +3 (41 fiches)
classes et séjours scolaires: +35 (159 fiches)
cvl: +3 (7 fiches)

BILAN DE LA FRÉQUENTATION DU SITE ETHIC-ETAPES.FR

3^{ème} trimestre 2012

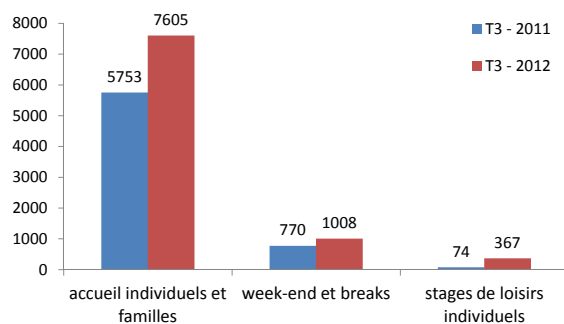


BILAN DE LA FRÉQUENTATION DU SITE ETHIC-ETAPES.FR

3^{ème} trimestre 2012

Produits les plus consultés dans la gamme tourisme individuels

3^{ème} trimestre 2012



Les produits "accueil individuels" séduisent toujours autant avec une hausse de 32% en 1 an

La mise en ligne des stages de loisirs a fortement influencé la fréquentation de ce produit (+396% de consultation)

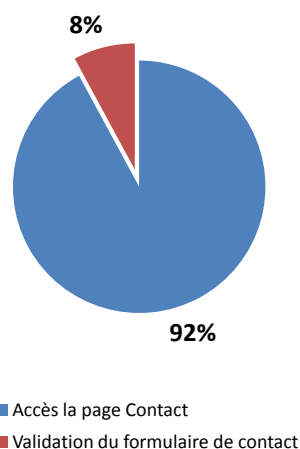
LES PRINCIPALES PROGRESSIONS		
stages de loisirs indiv	+ 293 pages vues	+ 396%
accueil d'indiv et familles	+ 1 852 pages vues	+ 32%
week-end et breaks	+ 238 pages vues	+ 30%

Malgré la dépublication de 4 séjours week-end, la fréquentation de ces produits ne faiblit pas.

accueil d'individuels et de familles: +1 (34 fiches)
week-end et break: -4 (7 fiches)
stage de loisirs individuels: +5 (7 fiches)

Nombre de formulaires 'Contact général' validés

3^{ème} trimestre 2012



FORMULAIRES CONTACT GENERAL VALIDES

Accès à la page contact	329
Validation du formulaire de contact	206

8% des visiteurs accédant à la page contact valide le formulaire

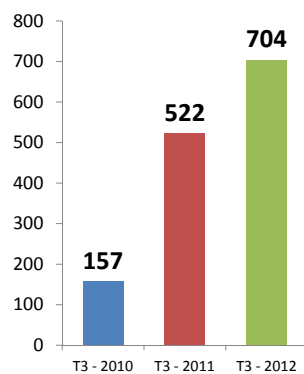
BILAN DE LA FRÉQUENTATION DU SITE ETHIC-ETAPES.FR

3^{ème} trimestre 2012

Nombre total de 'Contacts'

3^{ème} trimestre 2012

Demandes de contacts
reçues depuis le site



DEMANDES DE CONTACTS
PROVENANT DU SITE

T3 - 2010	157
T3 - 2011	522
T3 - 2012	704

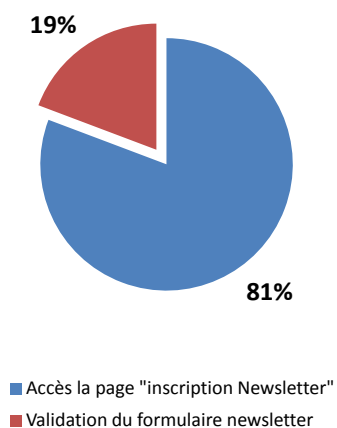
Les demandes de contacts depuis
le site continuent d'augmenter

+35% en 1 an

+348% en 2 ans

Nombre de formulaires 'inscription newsletter' validés

3^{ème} trimestre 2012



FORMULAIRES INSCRIPTIONS
NEWSLETTER VALIDES

Accès à la page inscription newsletter	161
Validation du formulaire d'inscription Newsletter	31

Au T3 - 2012, davantage
d'internautes ont accédé à la
page Newsletter, mais le taux
de validation du formulaire n'a
pas progressé (moins d'une
personne sur 5 a validé
l'inscription)