

### CHIFFRES CLÉS<sup>1</sup>:

- 24 051 visites (+ 21,6%)
- 19 650 visiteurs (+ 10%)
- 99 réservations via Hostelworld (+ 48%)
- 487 demandes de contacts (+ 336%)

### LES SOURCES DE TRAFIC:

Les moteurs de recherche restent l'accès principal au site : 34% des visiteurs accèdent au site par ce biais.

L'accès via un site référent est en progression : + 1000 visites en 3 mois.

### LE CONTENU VISUALISÉ PAR LES INTERNAUTES :

Les pages 'destinations' restent la partie la plus consultée.

Les fiches 'produits' ont davantage été visualisées (+ 3 476 pages vues par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre) et la gamme 'individuels' reste la plus recherchée (41% des produits visualisés).

Les séjours ayant la plus forte progression sont :

- Les 'week-end et breaks' : +40% en 1 trimestre.
- Les 'incentives' : +116% en 1 trimestre. Cette hausse, principalement du à l'ajout de 6 séjours, confirme la popularité de ce type de séjour.

47% des visiteurs accédant au site ne visualisent qu'une page (le taux de rebond). Cette donnée est amenée à augmenter, compte tenu de l'ajout des liens vers les versions étrangères.

### LA NEWSLETTER :

Au 1<sup>er</sup> semestre 2011, 19% des visiteurs accédant à la page newsletter ont validé le formulaire d'inscription. La mise en ligne de la version PDF dès septembre devrait augmenter cette statistique.

### LA MISE EN LIGNE DE SÉJOURS :

Les séjours scolaires restent les plus proposés : 124 produits scolaires sont actuellement sur le site.

Parmi les plus fortes progressions, on peut noter<sup>2</sup>:

- + 34 classes et séjours scolaires
- + 6 séjours incentives
- + 5 accueil de réunions et séminaires
- + 5 accueil de sportifs
- + 7 stages de loisirs groupes
- + 4 accueil de groupes d'adultes

### RÉSERVATIONS EN LIGNE :

Le nombre de réservations a augmenté de 47,8% par rapport au 2<sup>ème</sup> trimestre 2010. Par ailleurs, le panier moyen est en progression depuis 2009 :

- En 2009, le panier moyen était de 1,4 clients par réservation
- En 2010, il était de 1,7 clients
- En 2011, il était de 2 clients

### LE RÉFÉRENCIEMENT DES SÉJOURS :

L'un des objectifs du site ethic-etapes.fr est de faciliter l'accès aux informations, c'est-à-dire s'assurer que les visiteurs arrivent directement sur l'information recherchée et non systématiquement sur la page d'accueil. Au 2<sup>nd</sup> trimestre 2011, 37% des pages d'entrée étaient des pages 'destinations' (contre 33% au 1<sup>er</sup> trimestre).

Par contre, la part des pages 'produits' reste stable : 6% des pages d'entrée sont des fiches séjours. Un travail sera entrepris dans les prochains mois pour optimiser ces pages afin qu'elles puissent plus facilement être référencées.

---

<sup>1</sup> Comparaison 2<sup>ème</sup> trimestre 2011 VS 2<sup>ème</sup> trimestre 2010

---

<sup>2</sup> Comparaison 2<sup>ème</sup> trimestre 2011 VS 1<sup>er</sup> trimestre 2011