



éthic étapes

nous hébergeons vos passions
havens for your passions

Synthèse de la fréquentation du site ethic-etapes.fr

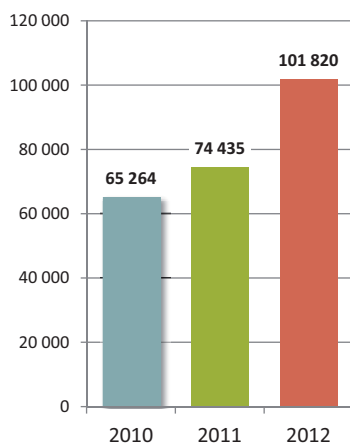
2012

Visites / visiteurs / pages vues

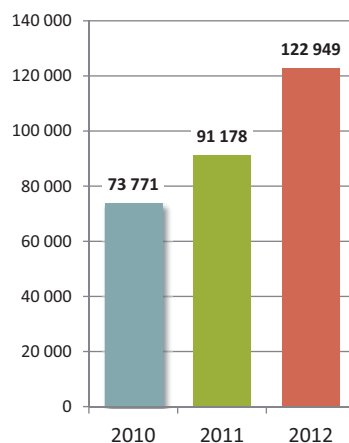
évolution depuis 2010



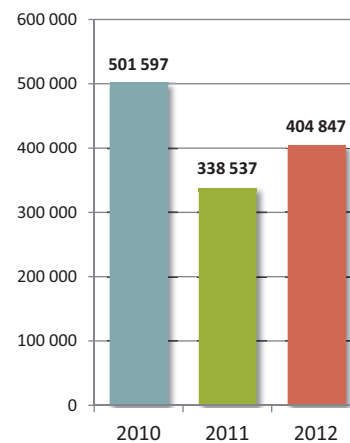
101 820
visiteurs uniques
+37%



122 949
visites
+35%



404 847
pages vues
+20%

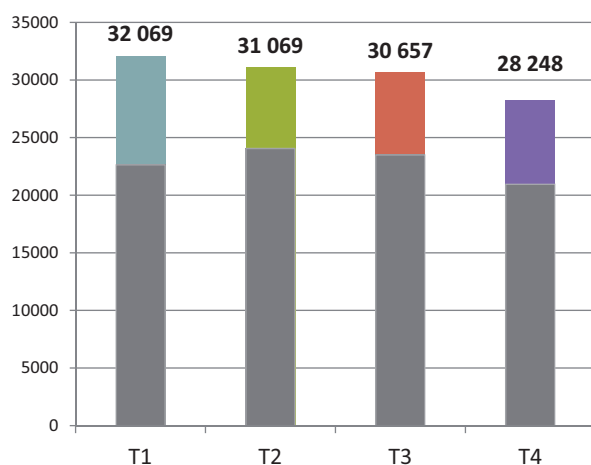


L'évolution des visites

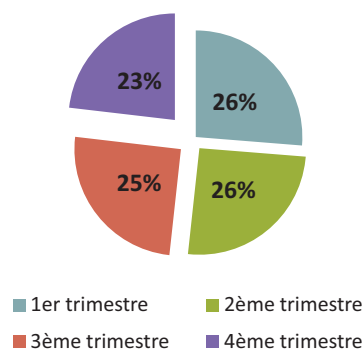
par trimestre en 2012



Évolution du nombre de visites
par trimestre



Répartition des visites
par trimestre



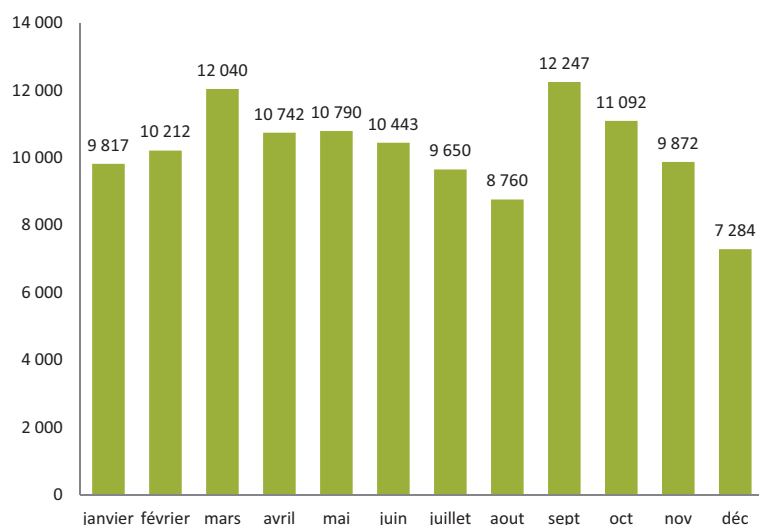
+ 31 771 visites en 2012
+ 35%

L'évolution des visites

répartition des visites par mois en 2012



Répartition des visites en 2012



Périodes les + consultées

septembre

mars

octobre

Périodes les - consultées

décembre

août

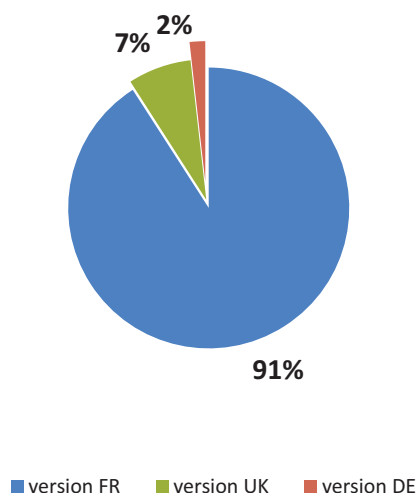
juillet

La répartition des visites sur les différentes versions

2012



Répartition des visites sur les différentes versions du site



**La version française
reste la plus consultée
avec 91% des visites**

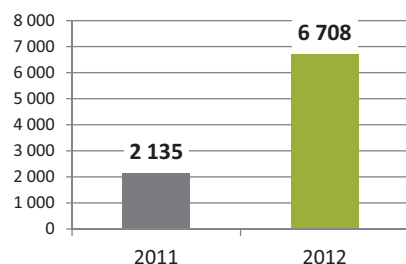
**Notons tout de même
que la fréquentation
des visites sur les
versions étrangères
est stable.**

L'évolution du nombre de visites mobiles

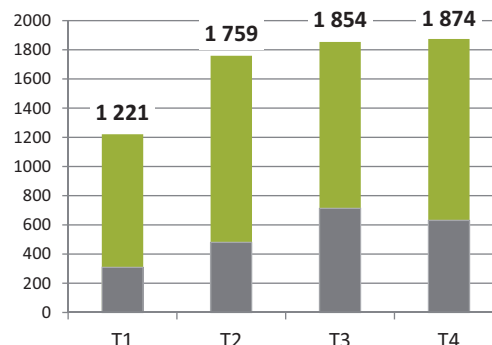
en 2012



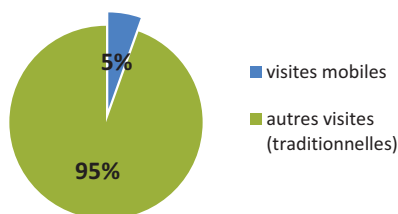
Évolution des visites mobiles
entre 2011 et 2012



Évolution des visites mobiles
par trimestre en 2012



Part des visites mobiles dans la
fréquentation globale du site



Les visites mobiles prennent peu à peu de l'importance

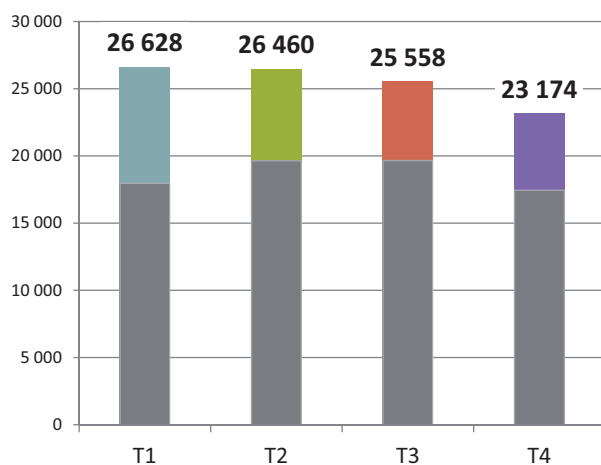
**4 573 visites mobiles
supplémentaires en 2012
(+314.2%)**

L'évolution des visiteurs uniques

par trimestre en 2012



Évolution du nombre de visiteurs
par trimestre en 2012



**101 820 visiteurs uniques
en 2012**

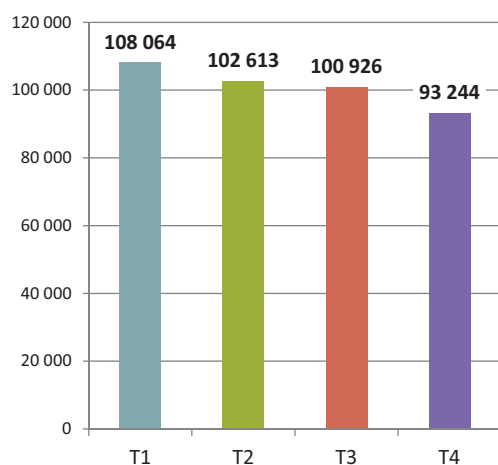
**Le nombre de visiteurs
uniques progressent de
37% en 2012
(27 385 visiteurs uniques
supplémentaires en 1 an)**

L'évolution du nombre de pages vues

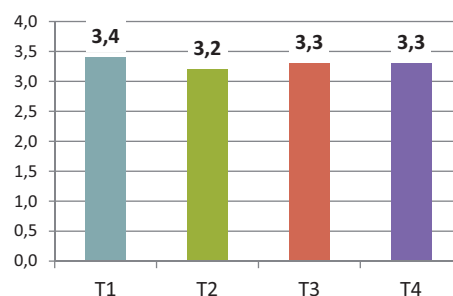
par trimestre en 2012



Évolution du nombre de pages vues
par trimestre



Évolution du nombre de
pages vues par visite



404 847 pages vues en 2012
soit une progression de 20%
par rapport à 2011

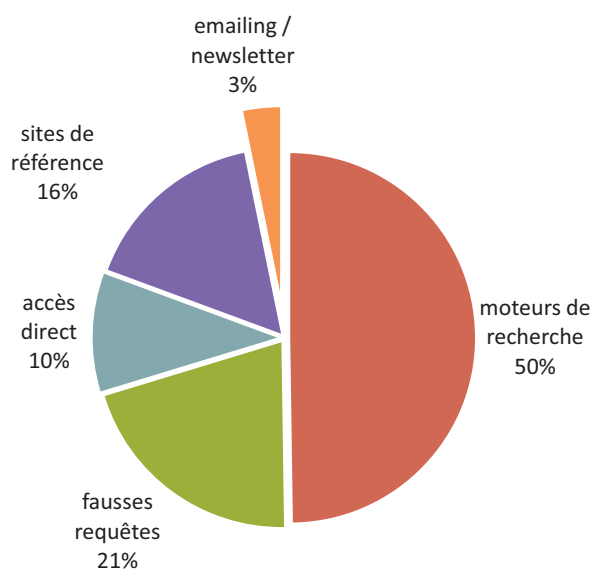
Le nombre de pages vues par
visite reste stable à 3.3 pages
vues par visite.

Sources du trafic

en 2012



Sources de trafic en 2012



L'accès via un moteur de
recherche est la 1^{ère} source
de trafic, avec 50% du
trafic généré.

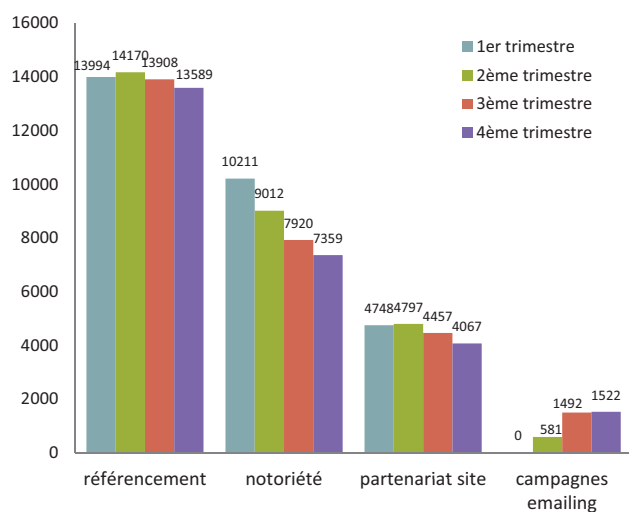
Notons la montée en
puissance du trafic généré
par les campagnes emailing
qui représente désormais
3%

Sources du trafic

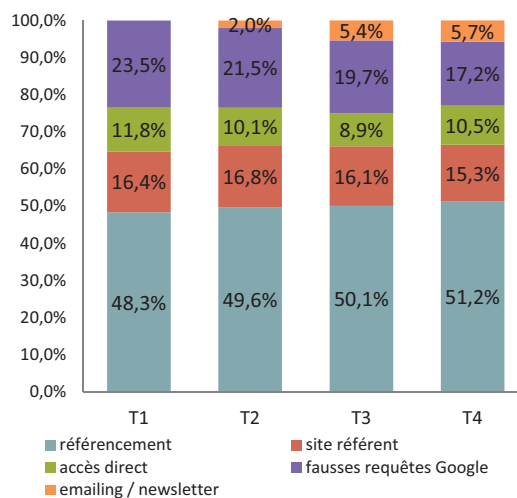
par trimestre en 2012



Répartition des sources de trafic par trimestre en 2012



Répartition des sources de trafic par trimestre en 2012

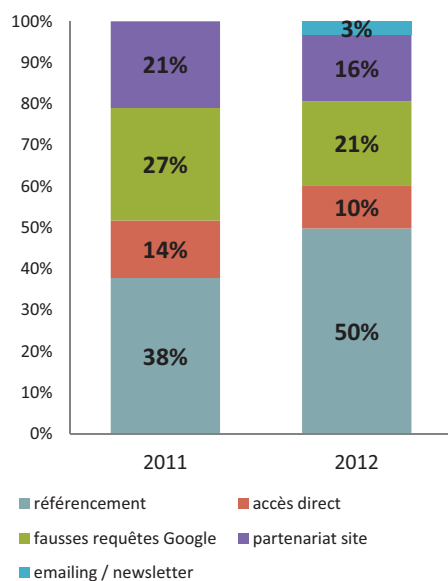


Sources du trafic

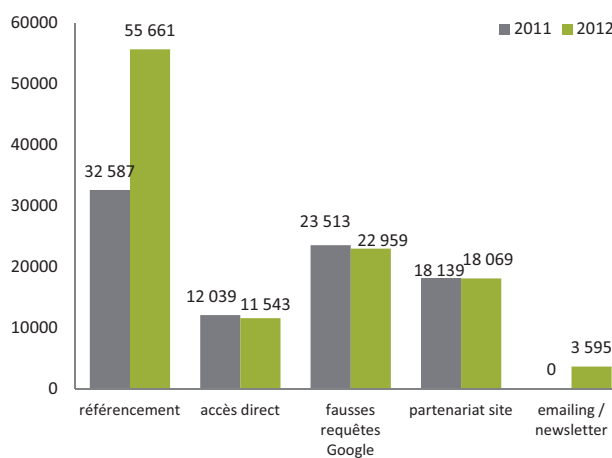
en 2012



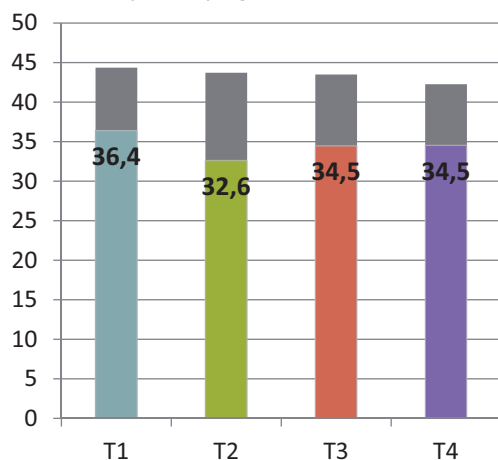
Évolution de la répartition des sources de trafic entre 2011 et 2012



Évolution de la répartition des sources de trafic entre 2011 et 2012



Pourcentage des visites commençant par la page d'accueil



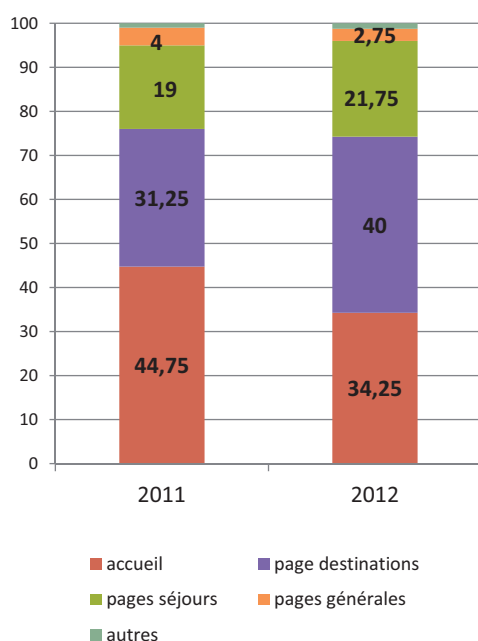
La part des visites commençant par la page d'accueil continue de diminuer.

Les internautes accèdent désormais directement aux pages intérieures, sans passer par la page d'accueil.

En 2012, 34.5% des visites ont commencé leur visite sur la page d'accueil contre 43.5% en 2011

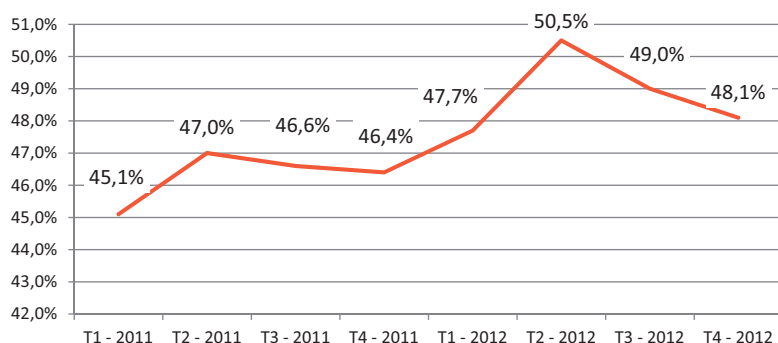
Les principales pages d'entrée du site en 2012

Evolution des pages d'entrée entre 2011 et 2012



La part des visites commençant par la page d'accueil diminue, au profit des fiches destinations et produits

Pourcentage de rebond sur le site



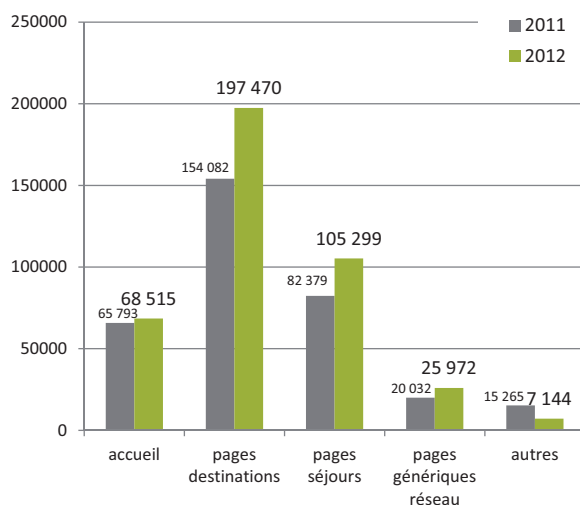
**48.8% de visite
en rebond en 2012**

**Un taux de rebond en
baisse depuis le 3^{ème}
trimestre 2012**

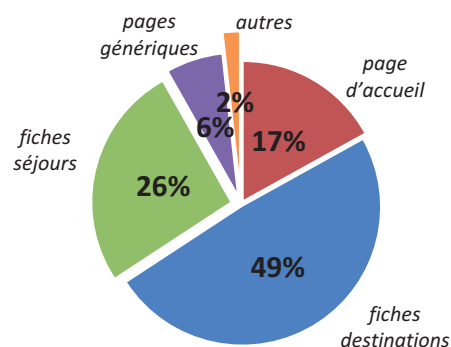
Pages les plus consultées par chapitre

en 2012

Répartition des pages consultées entre 2011 et 2012



Répartition des pages consultées en 2012



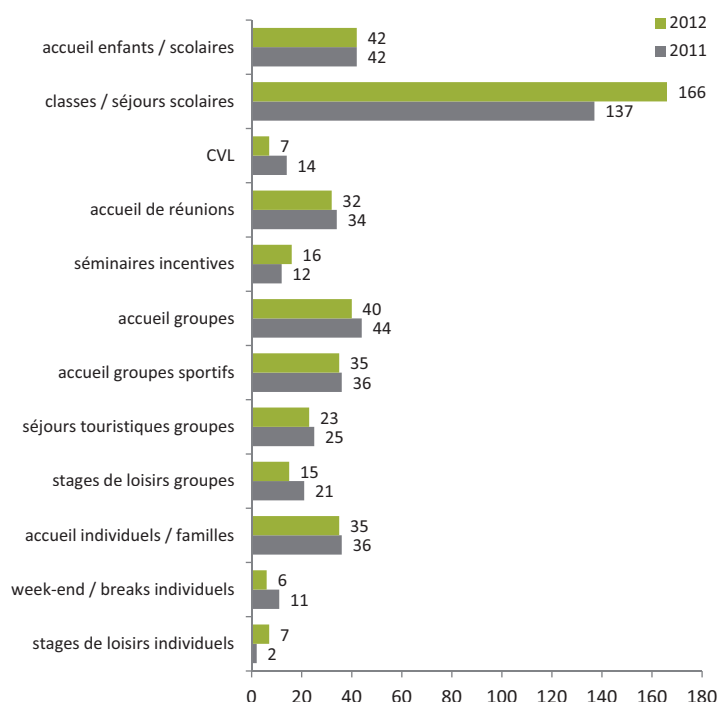
Principales progressions

- + 28% pour les fiches destinations
- +28% pour les fiches séjours

Évolution du nombre de produits en ligne en 2012



Nombre de produits en ligne fin 2012



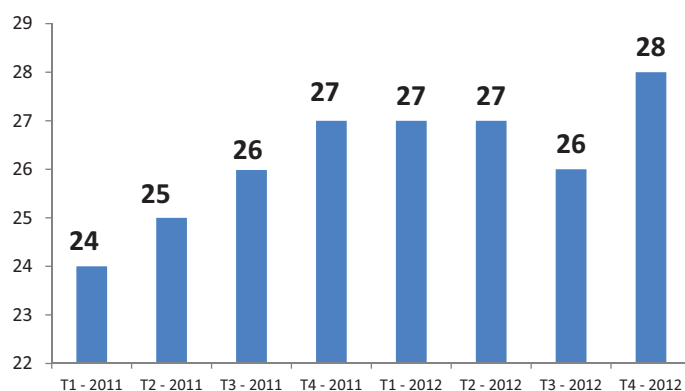
**Le nombre de produits
packagés progresse de
8% mais concerne
principalement les
séjours scolaires**

**Notons tout de même
que le catalogue
produits diminue dans 4
des 7 thématiques de
produits packagés.**

Évolution du nombre de produits en ligne en 2012



Centres ayant au moins 1 produit
packagés en ligne



**Le nombre de centres
ayant des produits en
ligne a légèrement
progressé en 2012**

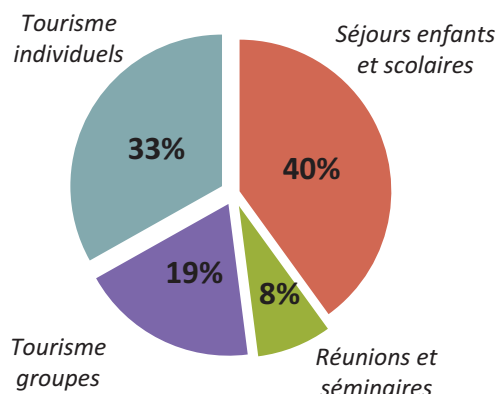
**Fin 2012, sur les 47
centres membres du
réseau, 28 disposent de
produits en ligne
(soit 60% du réseau)**

Produits les plus consultés sur le site (par gamme)

en 2012



Répartition de la fréquentation des fiches 'produits'



La gamme 'enfants & scolaires' reste la partie la plus consultée

Évolution de la consultation des produits éthic étapes



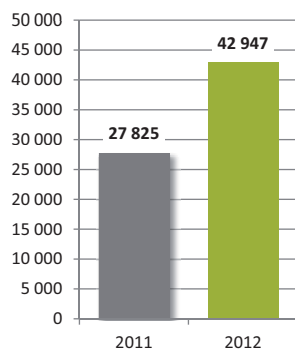
Évolution de la consultation des produits (par gamme)

comparaison 2011 / 2012



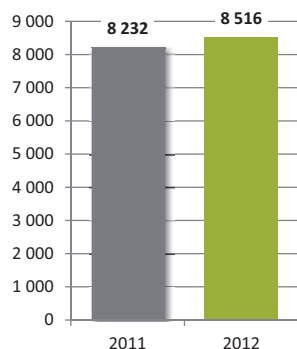
42 947
fiches 'enfants & scolaires' consultées

+54%



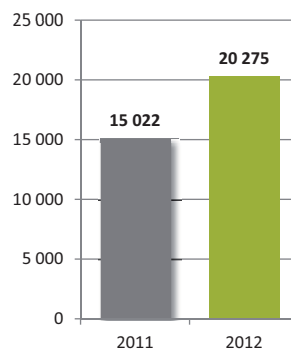
8 516
fiches 'réunions & séminaires' consultées

+3%



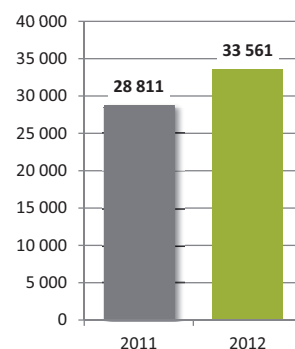
20 275
fiches 'tourisme & loisirs groupes' consultées

+35%



33 561
fiches 'tourisme & loisirs individuels' consultées

+16%



Les produits 'enfants & scolaires' bénéficient de la plus forte progression: +54%

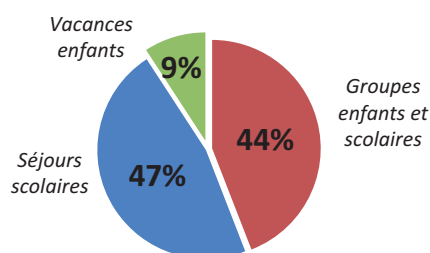
Notons tout de même la stagnation de la consultation des produits 'réunions & séminaires'

Consultations des séjours 'enfants & scolaires'

en 2012



Répartition de la fréquentation des produits 'enfants & scolaires'

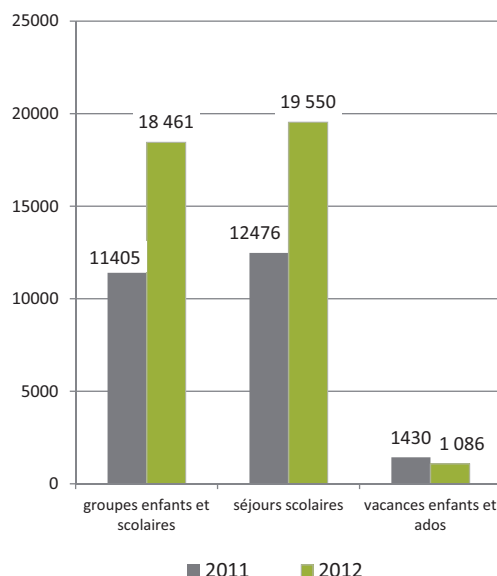


La fréquentation des fiches accueil d'enfants et les produits séjours scolaires continue sa progression.

Notons tout de même la baisse de fréquentation des produits 'vacances enfants'

(principalement dû à la dépublication de la moitié des séjours)

Évolution de la consultation des produits 'enfants & scolaires'



En ligne fin 2012

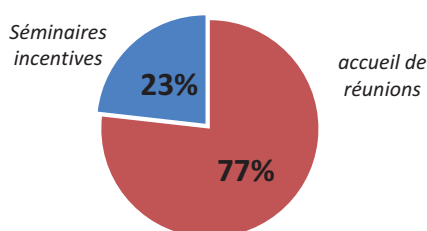
- 42 groupes enfants et scolaires
- 166 séjours scolaires
- 7 cvl

Consultations des séjours 'réunions & séminaires'

en 2012



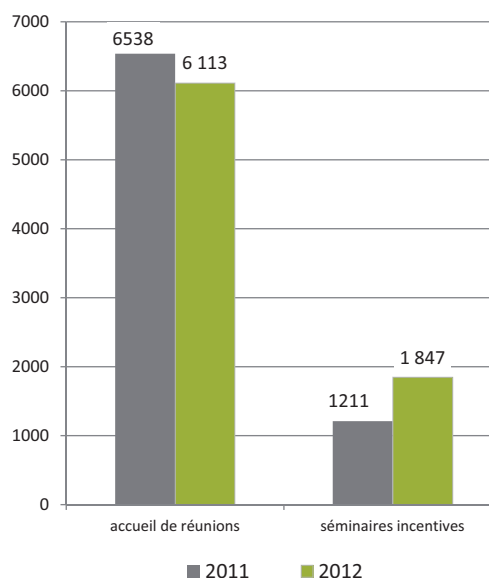
Répartition de la fréquentation des produits 'réunions & séminaires'



La fréquentation des fiches 'accueil de réunions' baissent en 2012 (notamment dû à la dépublication de 2 fiches)

Notons la forte progression des séminaires incentives : + 53% de fréquentation

Évolution de la consultation des produits 'réunions & séminaires'



En ligne fin 2012

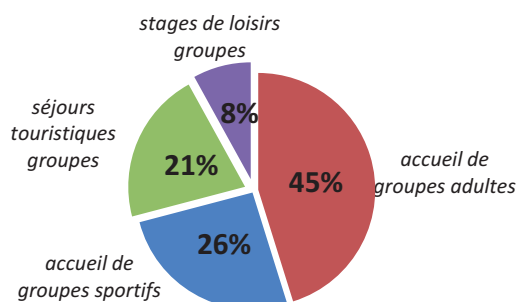
- 32 accueil de réunion
- 12 séminaires incentives

Consultations des séjours 'tourisme & loisirs groupes'

en 2012



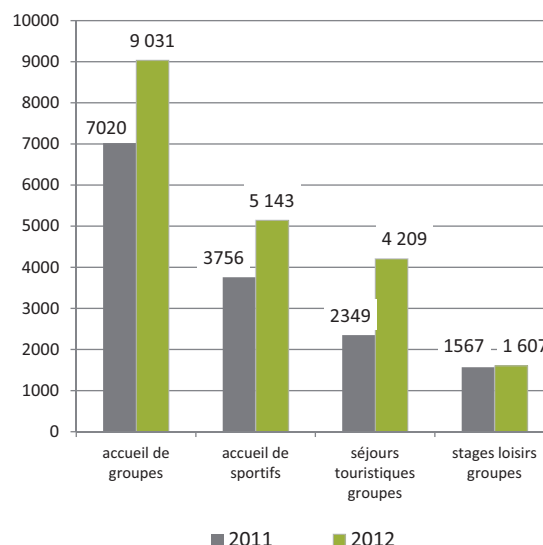
Répartition de la fréquentation des produits 'groupes'



L'ensemble des produits de la gamme 'groupes' progresse, notamment les séjours touristiques et l'accueil de sportifs avec +79% et +37% de consultation.

Notons tout de même que le nombre de produits proposés sur cette gamme est en baisse: 13 fiches supprimées en 1 an.

Évolution de la consultation des produits 'groupes'



En ligne fin 2012

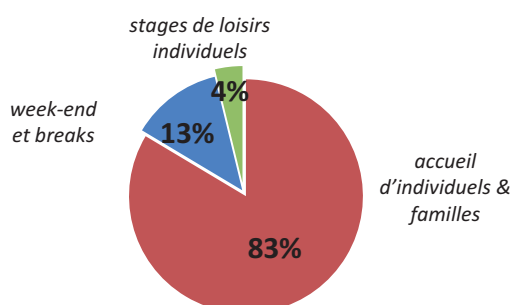
- 40 accueil de groupes
- 35 accueil de sportifs
- 23 séjours touristiques groupes
- 15 stages thématiques groupes

Consultations des séjours 'tourisme & loisirs individuels'

en 2012

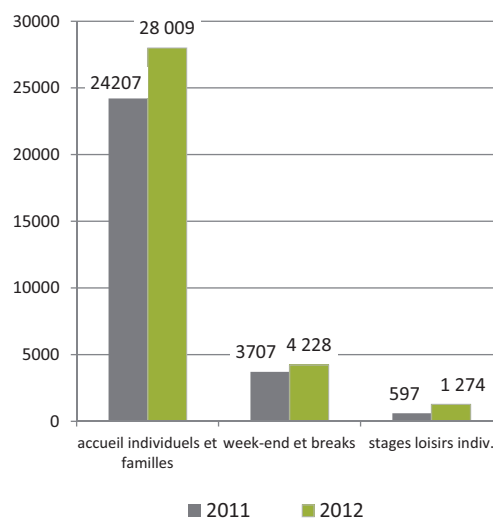


Répartition de la fréquentation des produits 'individuels'



L'ensemble des produits de la gamme 'individuels' progresse, malgré la baisse de produits proposés sur le site, notamment 5 week-ends

Évolution de la consultation des produits 'individuels'



En ligne fin 2012

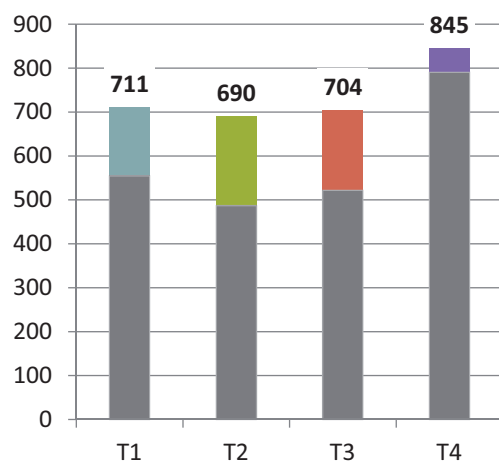
- 35 accueil d'individuels & familles
- 6 weekends et breaks
- 7 stages thématiques individuels

Nombre total de 'Contacts'

en 2012

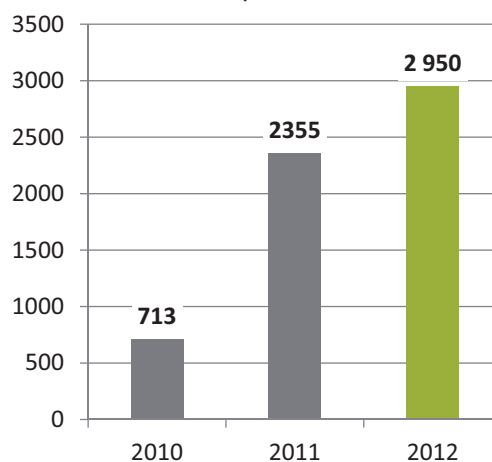


Répartition des demandes de contacts du site en 2012



2 950 contacts générés depuis le site en 2012

Évolution du nombre de contacts depuis 2010



**progression de
+25% en 1 an
+314% en 2 ans**



éthic étapes

nous hébergeons vos passions
hovens for your passions

MERCI
DE VOTRE ATTENTION