



éthic étapes

nous hébergeons vos passions
havens for your passions



RÉSUMÉ DE LA FRÉQUENTATION DU SITE ETHIC-ETAPES.FR

4^{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

Chiffres clés du site au 4^{ème} trimestre 2012

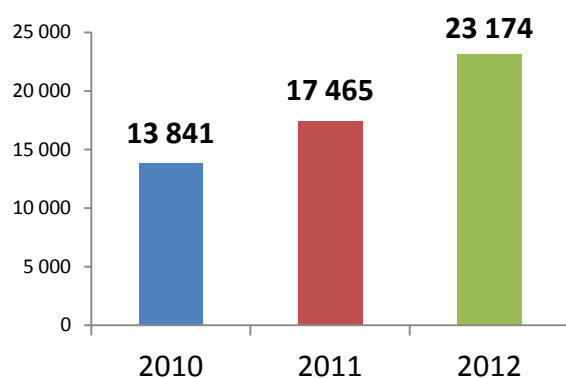
	4 ^{ème} trimestre 2011	4 ^{ème} trimestre 2012	
Visiteurs uniques	17 465	23 174	+ 33%
Visites	20 971	28 148	+ 35%
Pages vues	74 966	93 244	+ 24%
Pages vues par visite	3.6	3.3	
Taux de rebond	46.4%	48.1%	
Visiteurs accédant au site depuis la page d'accueil	42%	34.54%	
Accès depuis un terminal mobile	631 visites <i>3% des visites</i>	1 874 visites <i>6.6% des visites</i>	
Part des visites sur les versions étrangères	10%	6.1%	

Visites / visiteurs / pages vues

4^{ème} trimestre 2012

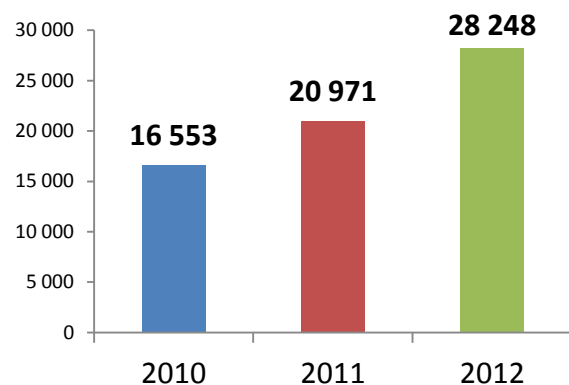
Visiteurs uniques

+ 33% en 1 an



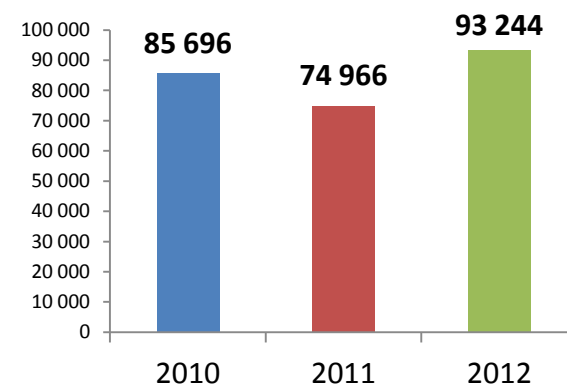
Visites

+ 35% en 1 an



Pages vues

+24% en 1 an



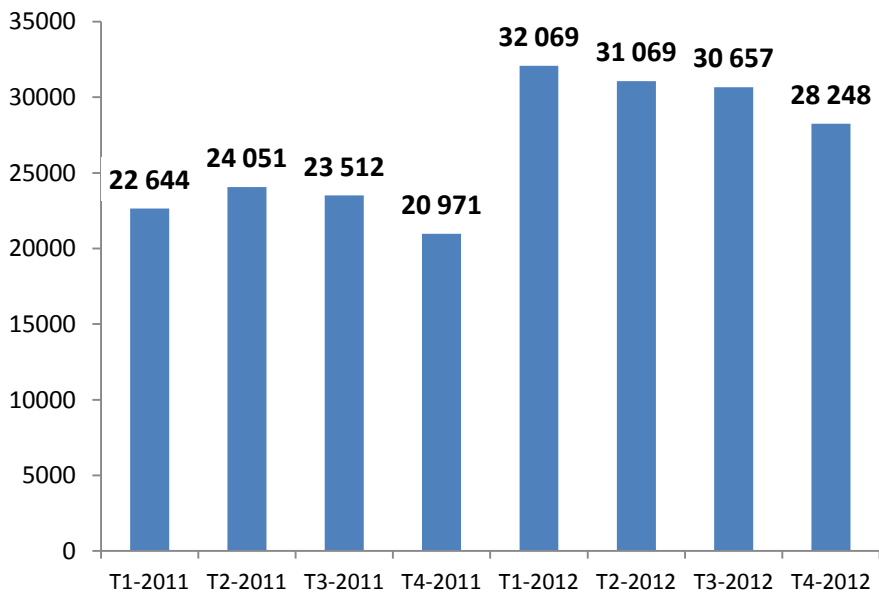
Le nombre de visites a
augmenté de 35% en 1 an

Au 4^{ème} trimestre 2012,
5 709 internautes supplémentaires
ont accédé au site

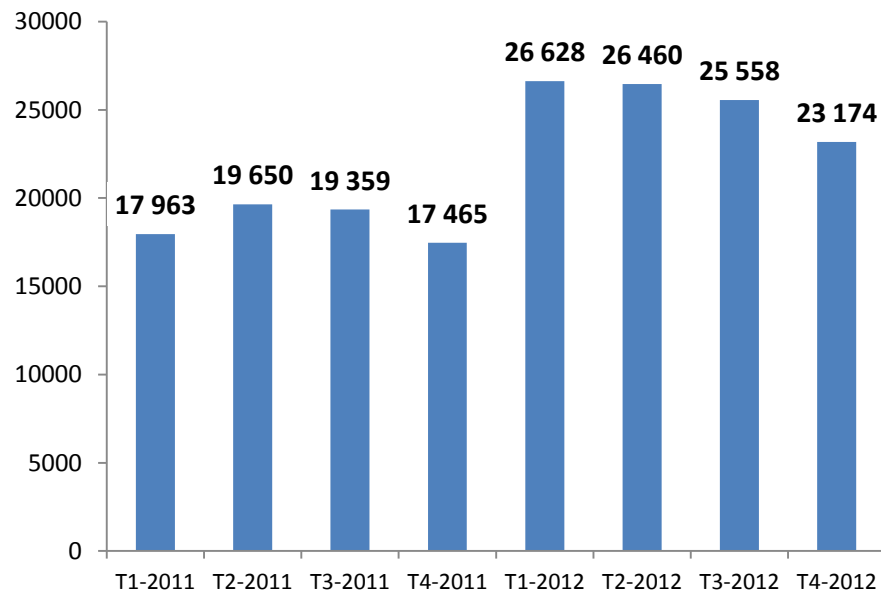
Évolution du nombre de visites & visiteurs par trimestre

2011 - 2012

**Évolution du nombre de visites
par trimestre depuis début 2011**



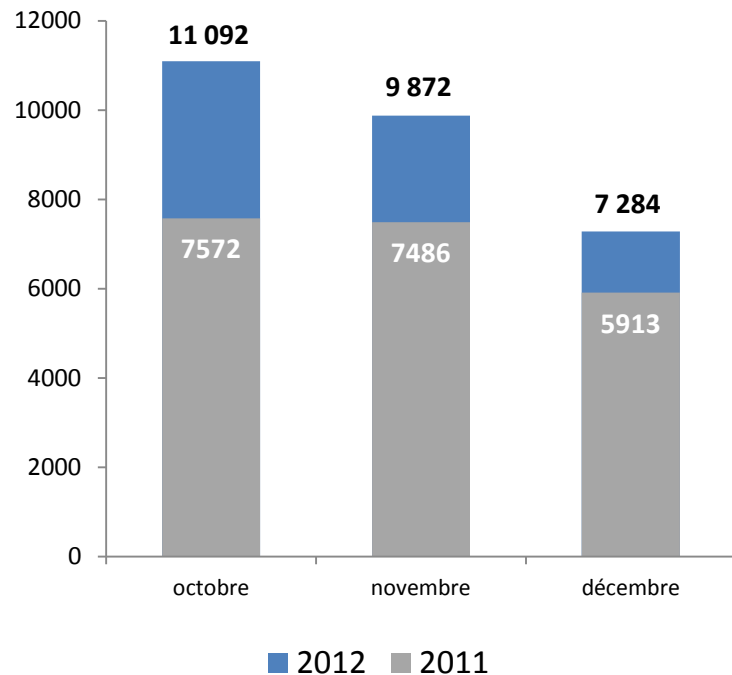
**Évolution du nombre de visiteurs
par trimestre depuis début 2011**



Évolution du nombre de visites mensuelles

4^{ème} trimestre 2012

Évolution du nombre de visites octobre / novembre / décembre



Évolution des visites par mois

octobre: +46.5% de visites

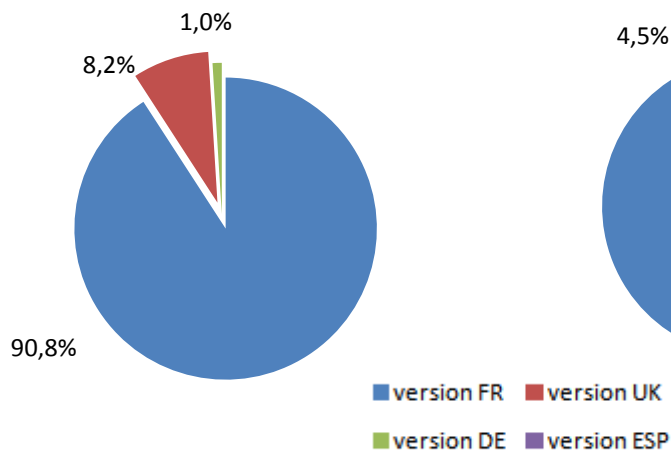
novembre: +32% de visites

décembre: +23% de visites

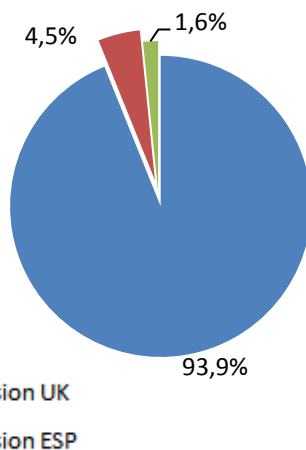
Répartition des visites par version

4^{ème} trimestre 2012

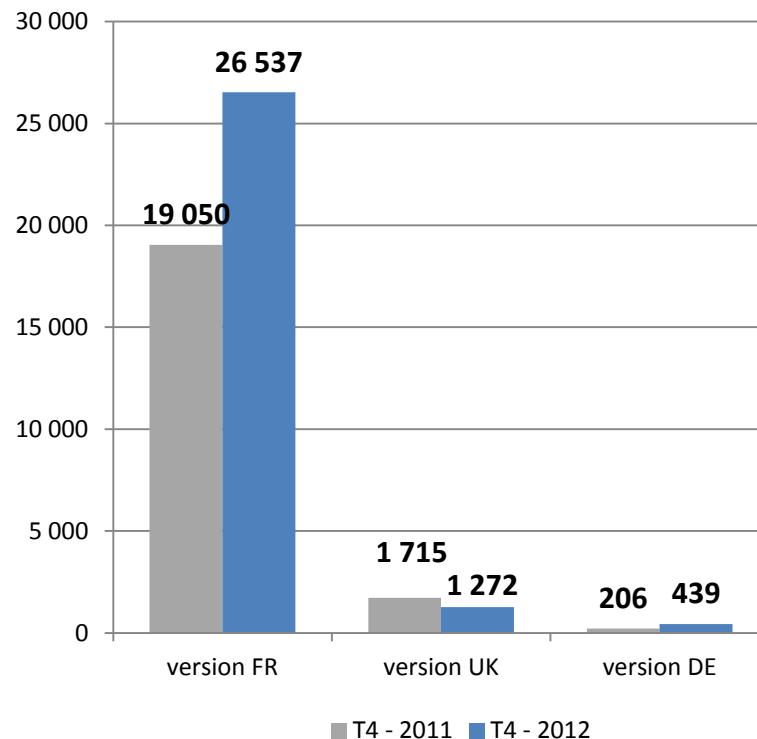
Répartition des visites
au T4 - 2011



Répartition des visites
au T4 - 2012



Evolution du nombre de visites par version



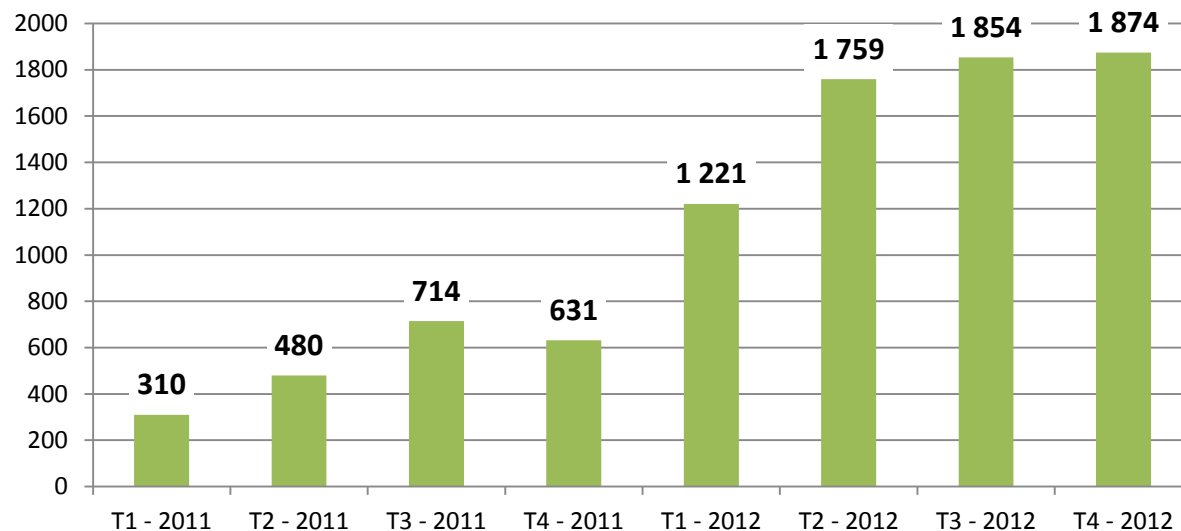
Remarque concernant la version ESP

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

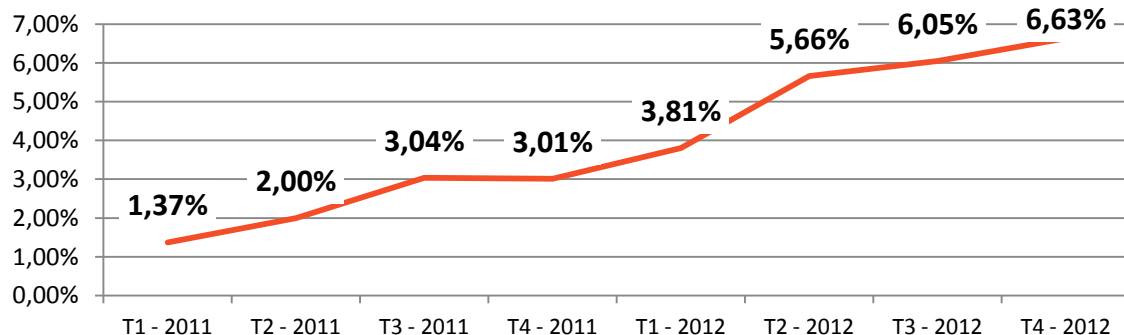
2011 - 2012

Nombre de visites provenant d'un terminal mobile



Le nombre de visites mobiles continue de progresser et représente aujourd'hui près de 7% des visites totales

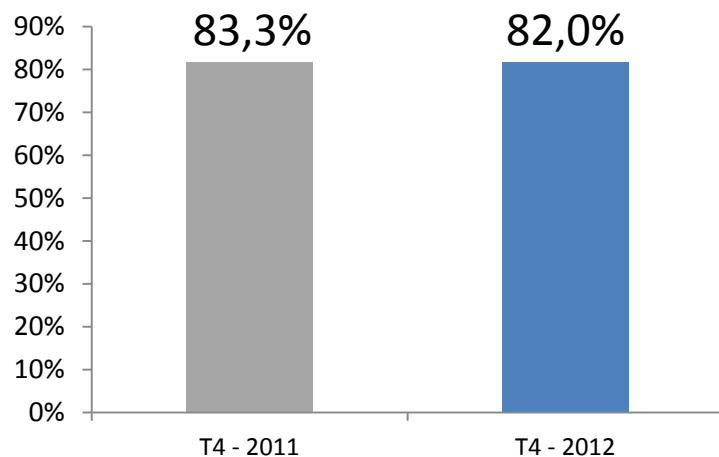
Part de visites mobiles



L'évolution de la fidélisation des visiteurs

4^{ème} trimestre 2012

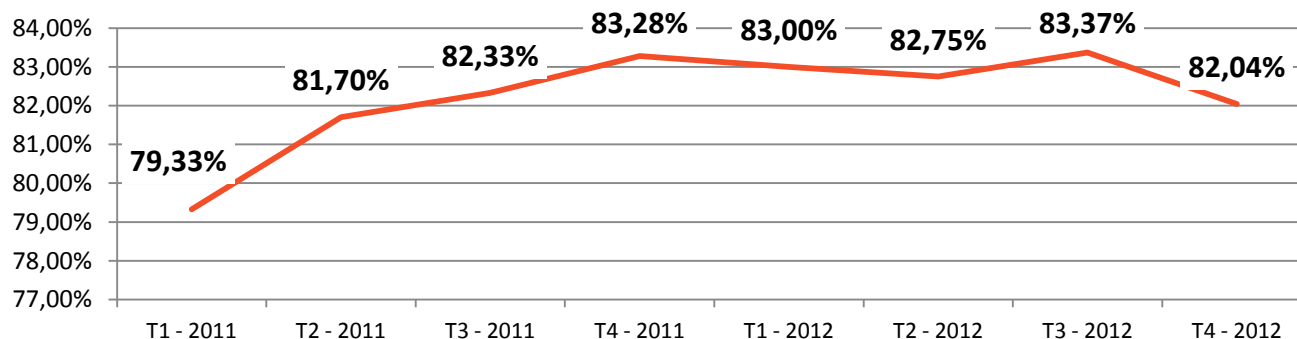
**Pourcentage de 1^{ères} visites
sur le site**



Le taux de 1^{ère} visite reste important (82.04%)

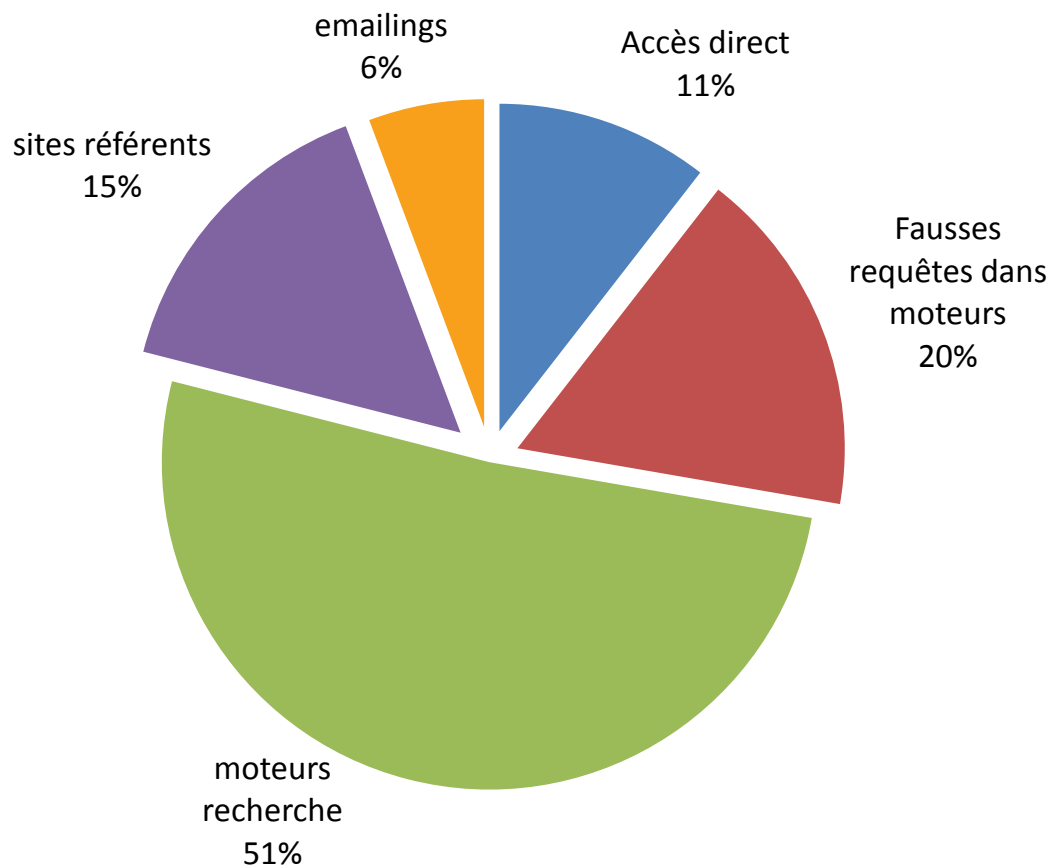
Il est principalement dû à la forte progression de notre visibilité dans les moteurs de recherche et à la multiplication des actions de prospection par email

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



Sources du trafic (version FR uniquement)

4^{ème} trimestre 2012



L'accès via moteurs de recherche reste le plus important et représente plus de la moitié des visites.

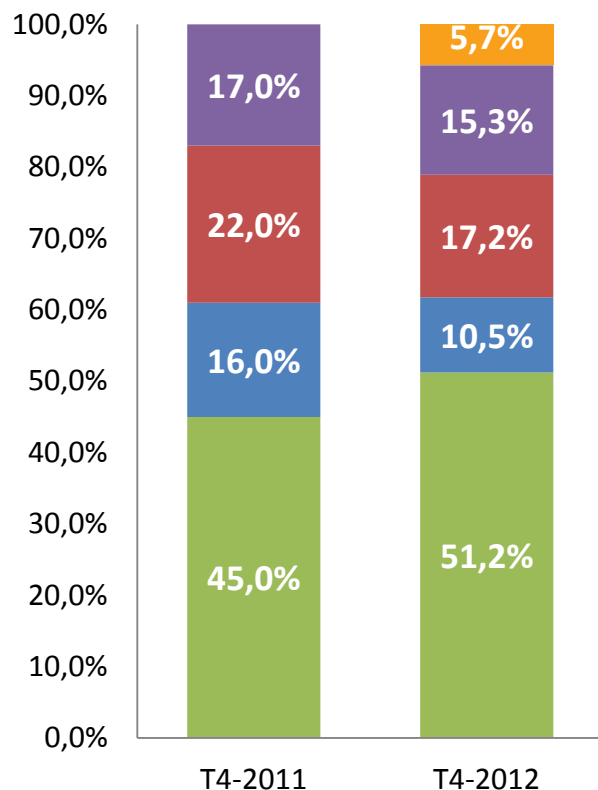
Notons tout de même que les visites provenant de campagnes emailing prennent de l'importance (représente 5.7% des visites)

Sources du trafic (version FR uniquement)

4^{ème} trimestre 2012

Évolution des sources de trafic en %tage

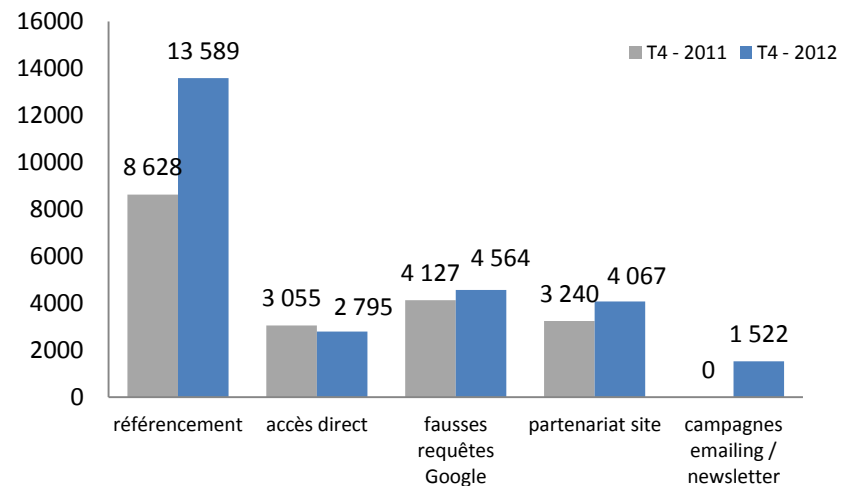
T4 - 2011 // T4 - 2012



- campagnes emailing / newsletter
- partenariat site
- fausses requêtes Google
- accès direct
- référencement

Évolution du nombre de visites par source

T4 - 2011 // T4 - 2012

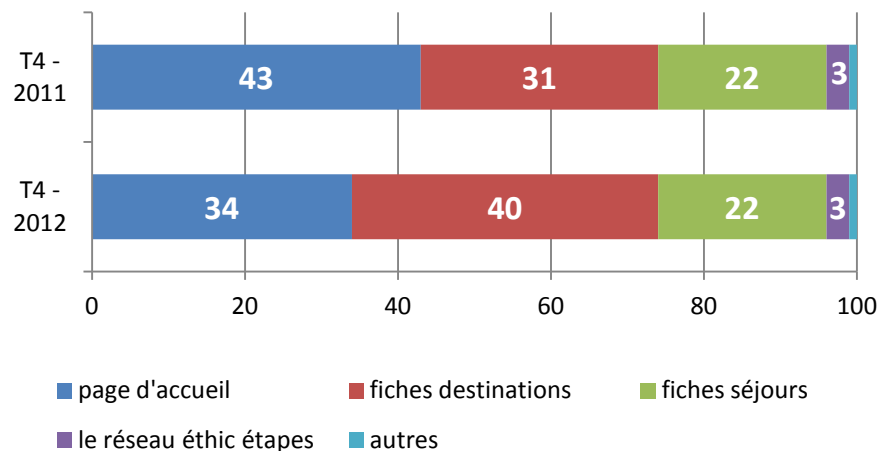


Le nombre de visites provenant d'un moteur de recherche continue de progresser : + 57% en 1 an

Les pages d'entrée du site

4^{ème} trimestre 2012

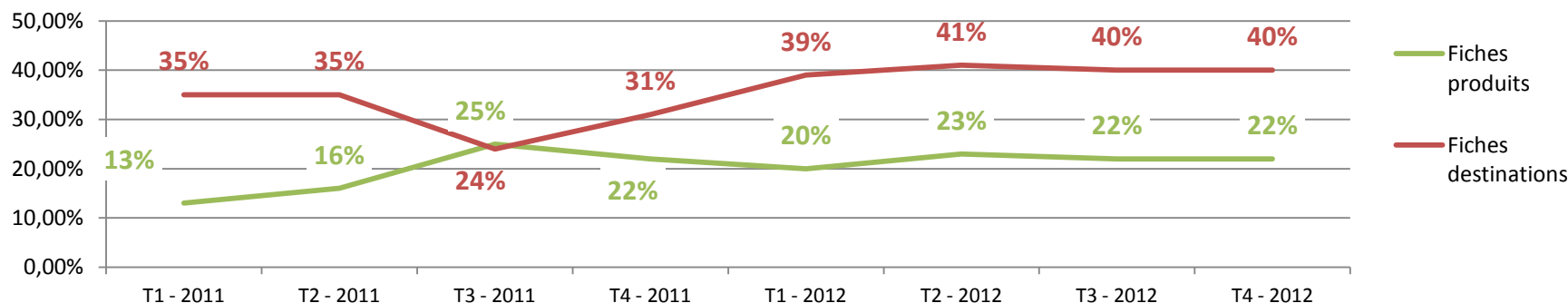
Analyse des pages d'entrée
T4 - 2011 // T4 - 2012



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 T4 en 2012, contre 53% au T4 l'an dernier.

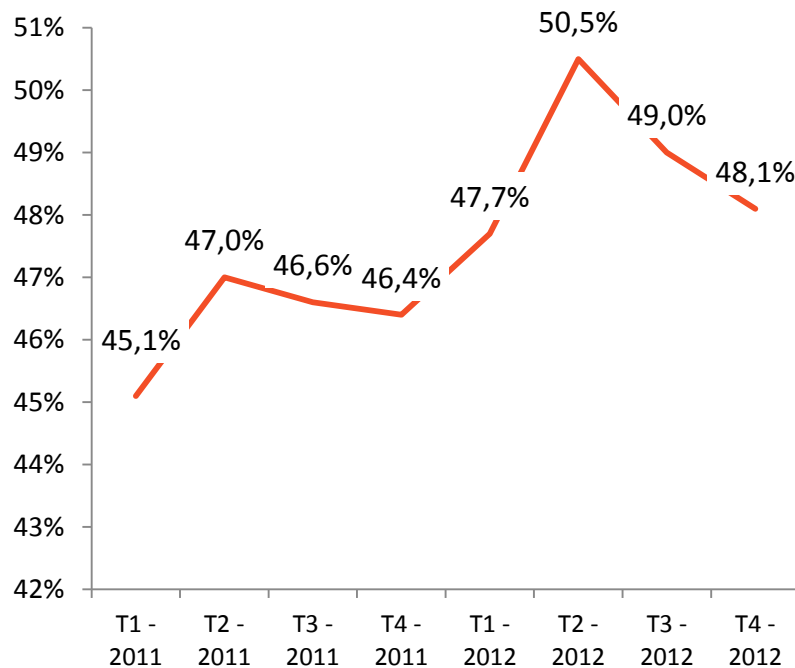
Évolution de la part de fiches « produits » et « destinations » en page d'entrée depuis début 2011



L'évolution du taux de rebond

4^{ème} trimestre 2012

Évolution du pourcentage de taux de rebond
depuis 2011



48.1%

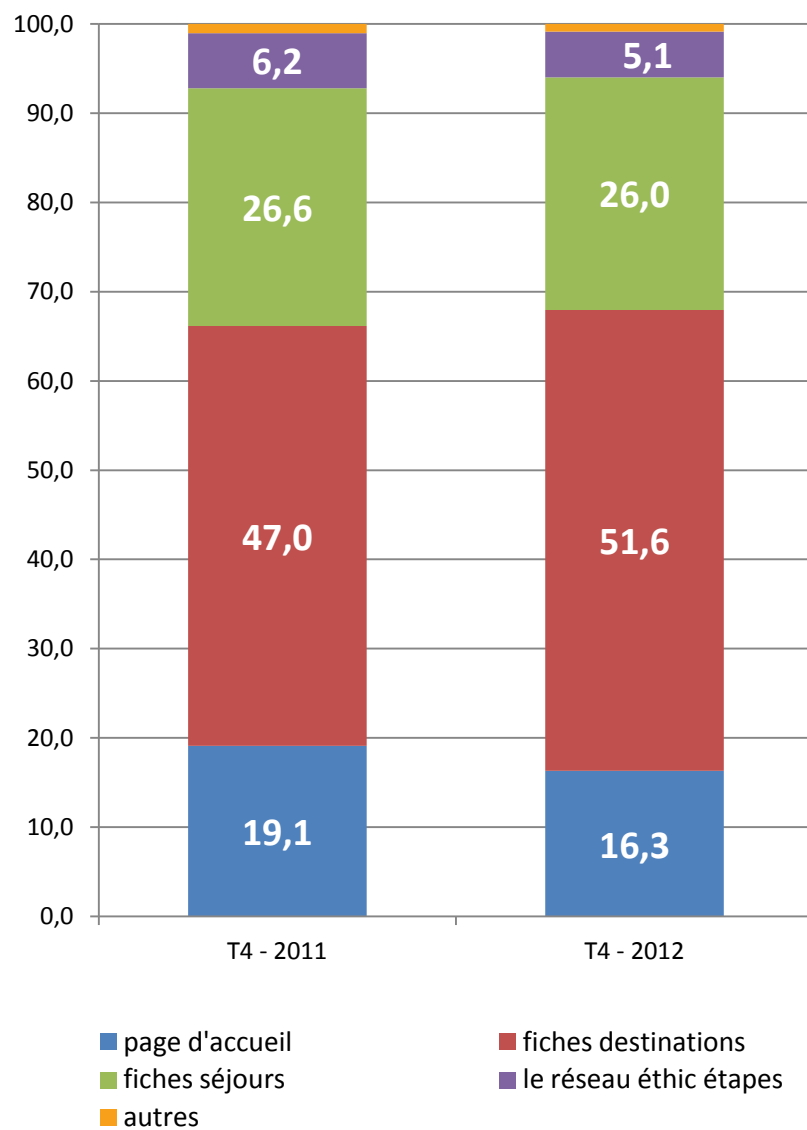
de taux de rebond
au T4 - 2012

Un rebond est une visite où
l'internaute quitte le site dès la
page d'entrée

Le taux de rebond continue de
diminuer au 4^{ème} trimestre 2012,
mais reste supérieur qu'en 2011.

Les pages de sortie (français uniquement)

4^{ème} trimestre 2012



Le nombre de visites se terminant sur une page de 'fin de navigation' (fiches destinations / fiches séjours) continue de progresser, passant de 73.6 à 77.6% en 1 an.

Autre statistique intéressante, le nombre de visites se terminant sur la page d'accueil diminue: 16.3% en 2012, contre 19.1 l'an dernier.

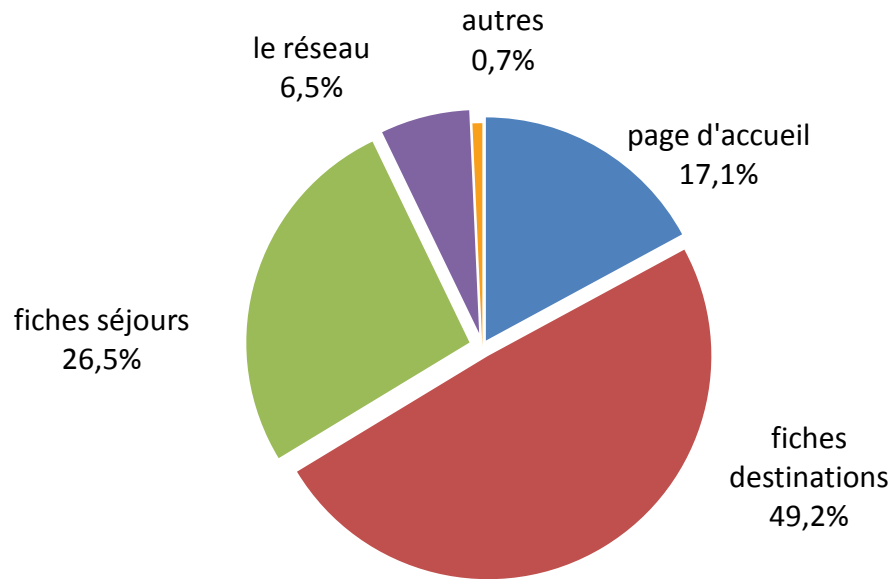
Les 20 pages les plus consultées

4^{ème} trimestre 2012

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

Pages les plus consultées par chapitre

4^{ème} trimestre 2012

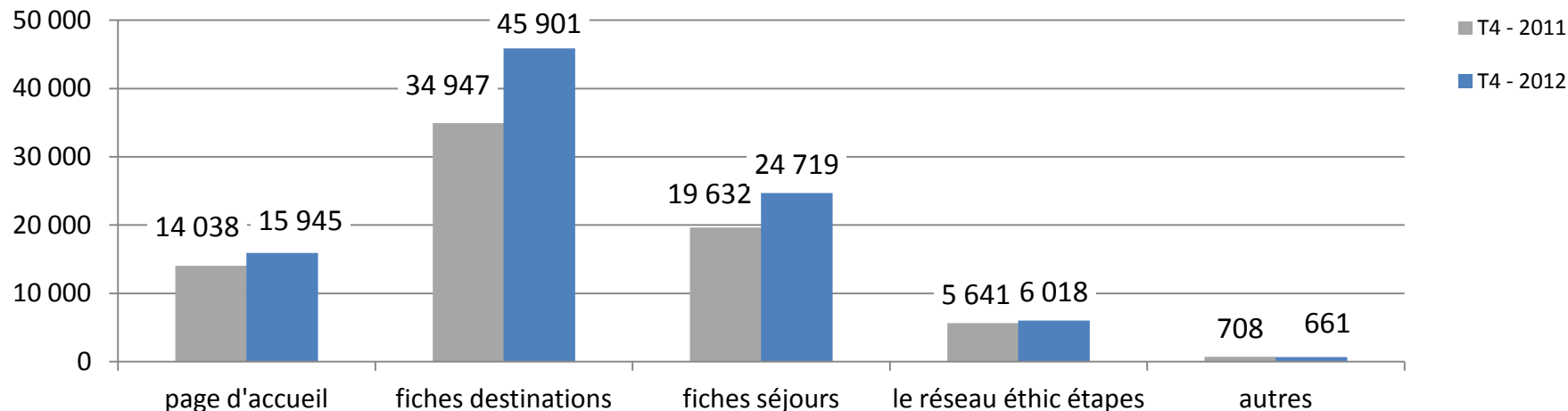


Les fiches "destinations" restent les plus consultées (49% des pages vues)

La consultation des fiches "séjours" continuent de progresser et représente désormais 26.5% des pages vues

Pages les plus consultées par chapitre

4^{ème} trimestre 2012



LES PRINCIPALES PROGRESSIONS

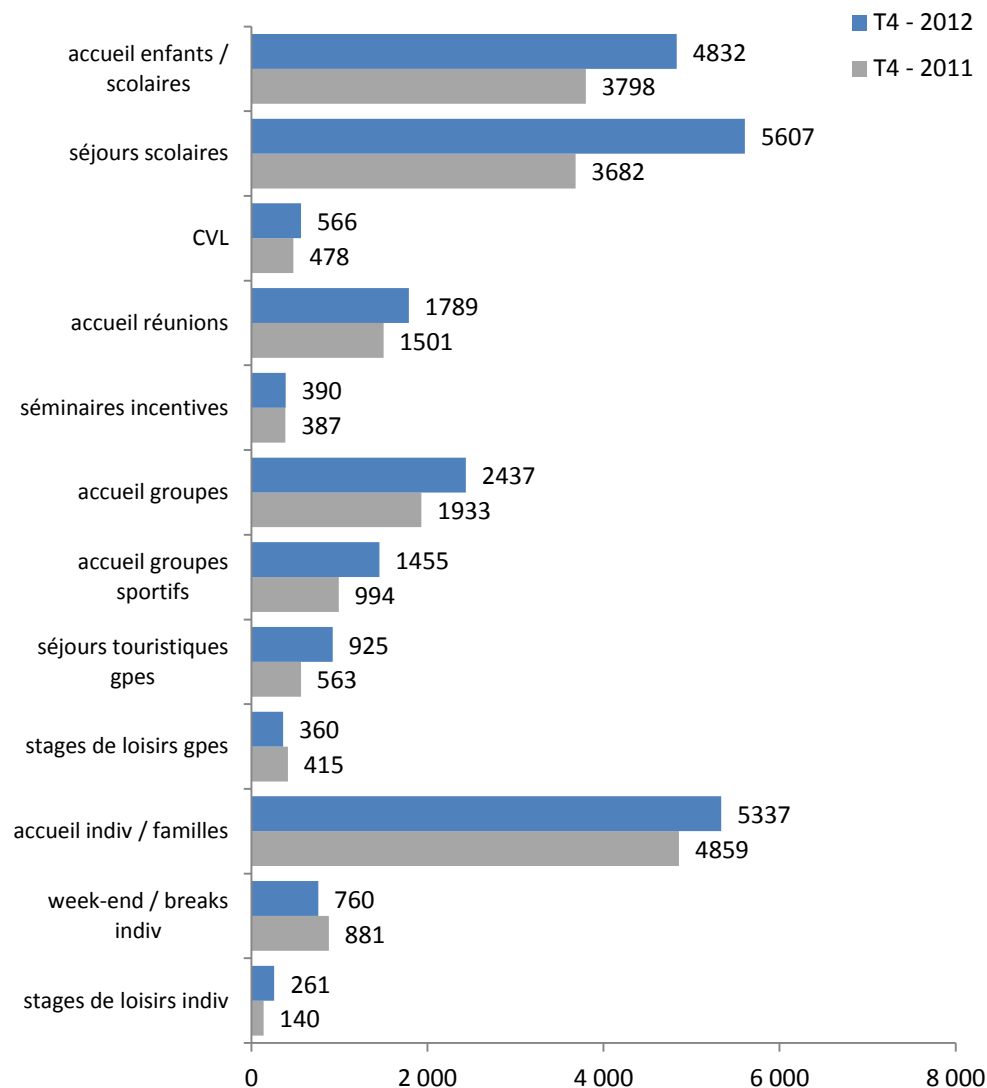
fiches destinations	+ 10 954 pages vues	+ 31%
fiches produits	+ 5 087 pages vues	+ 26%

Parmi les principales progressions, notons une hausse de 31% des fiches "destinations".

Les fiches "produits" ont également davantage été visualisés par rapport à l'année dernière (+26%)

Produits les plus consultés sur le site

4^{ème} trimestre 2012



Les produits ont davantage été consultés au 4^{ème} trimestre 2012 par rapport à l'année dernière

Principales progressions:

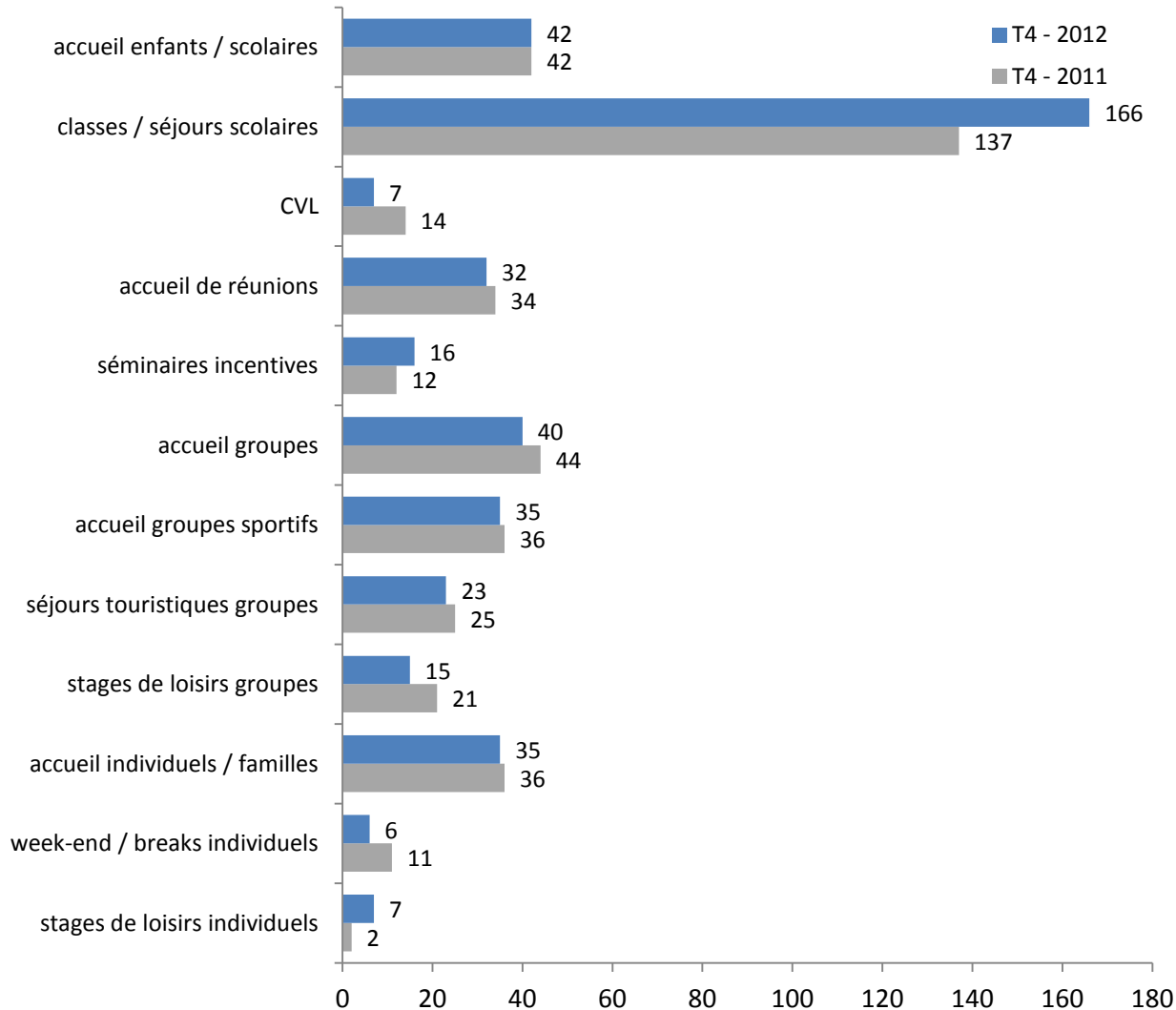
- + 52% sur les séjours scolaires
- + 64% sur les séjours touristiques groupes
- + 86% sur les stages de loisirs individuels
- + 46% sur l'accueil de groupes sportifs
- + 27% sur l'accueil d'enfants et scolaires
- + 26% sur l'accueil de groupes adultes
- + 19% sur l'accueil de réunions

Principales baisses:

- 14% sur les week end et breaks individuels

Évolution du nombre de produits en ligne

4^{ème} trimestre 2012



PROGRESSIONS / BAISES	
week-end et breaks indiv	- 5 produits
stages de loisirs groupes	- 6 produits
accueil de groupes	- 4 produits
séminaires incentives	+ 4 produits
stages de loisirs indiv	+ 5 produits
Classes / séjours scolaires	+ 29 produits

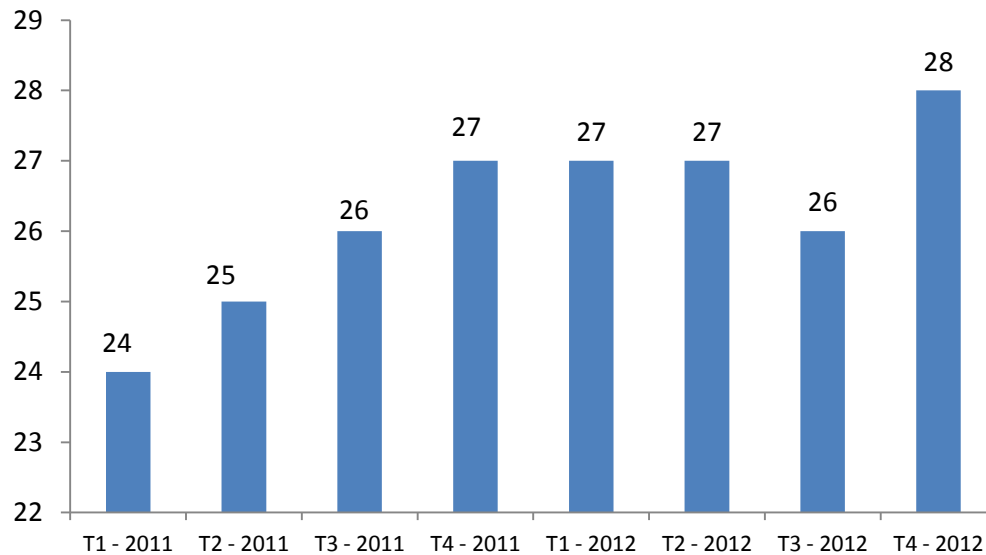
Le nombre de produits packagés progresse de 8%, mais concerne principalement les séjours scolaires

(240 contre 222 l'an dernier)

Évolution du nombre de produits en ligne

4^{ème} trimestre 2012

**Nombre de centres ayant au moins 1 séjour
packagés en ligne**



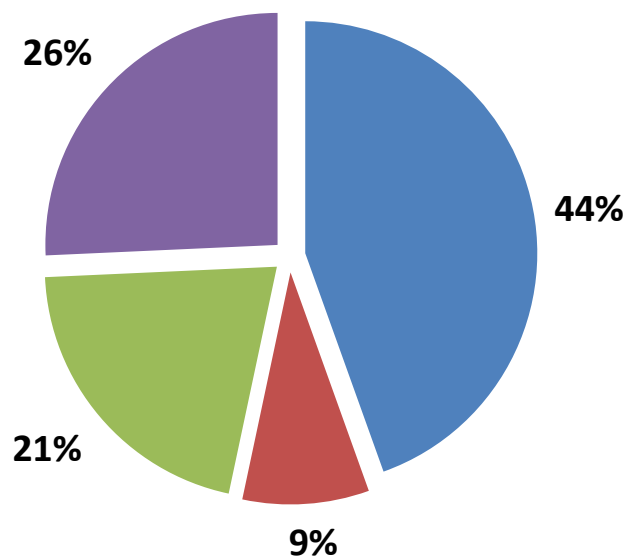
Le nombre de centres ayant des
produits en ligne a progressé au
4^{ème} trimestre 2012

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)

4^{ème} trimestre 2012

Répartition des produits consultés
au T4 - 2012



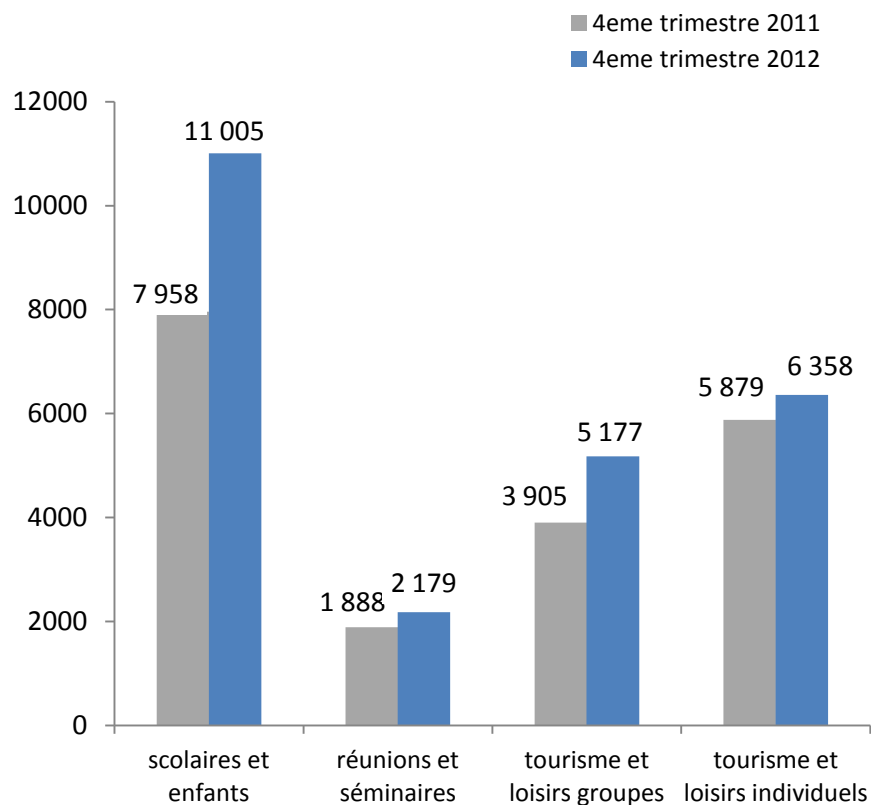
■ scolaires et enfants ■ réunions et séminaires
■ tourisme et loisirs groupes ■ tourisme et loisirs individuels

La gamme "scolaires et enfants" reste la plus plébiscitée: 44% des produits consultés sur le site sont des séjours "scolaires et enfants"

Produits les plus consultés sur le site (par gamme)

4^{ème} trimestre 2012

**Évolution de la consultation des produits
T4 – 2011 // T4 - 2012**



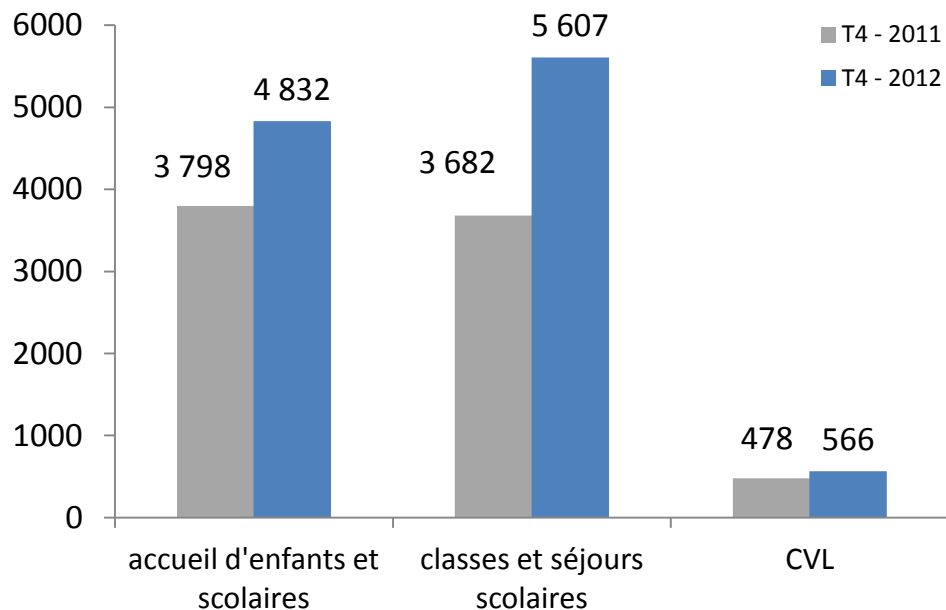
PRINCIPALES PROGRESSIONS	
enfants et scolaires	+ 38%
réunions	+ 15%
tourisme et loisirs groupes	+ 33% produits
tourisme et loisirs indiv.	+8%

La consultation des produits des gammes "scolaires et enfants" et "tourisme et loisirs groupes" continue de progresser (+38% et +33%)

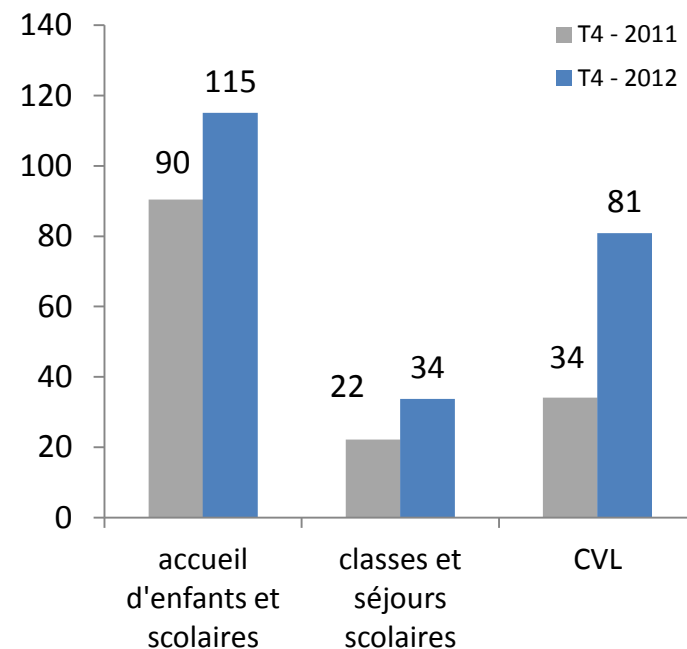
Produits les plus consultés dans la gamme 'enfants et scolaires'

4^{ème} trimestre 2012

Évolution de la consultation de la gamme « enfants et scolaires »



Évolution du nombre de consultations moyens des séjours de la gamme « enfants et scolaires »



LES PRINCIPALES PROGRESSIONS

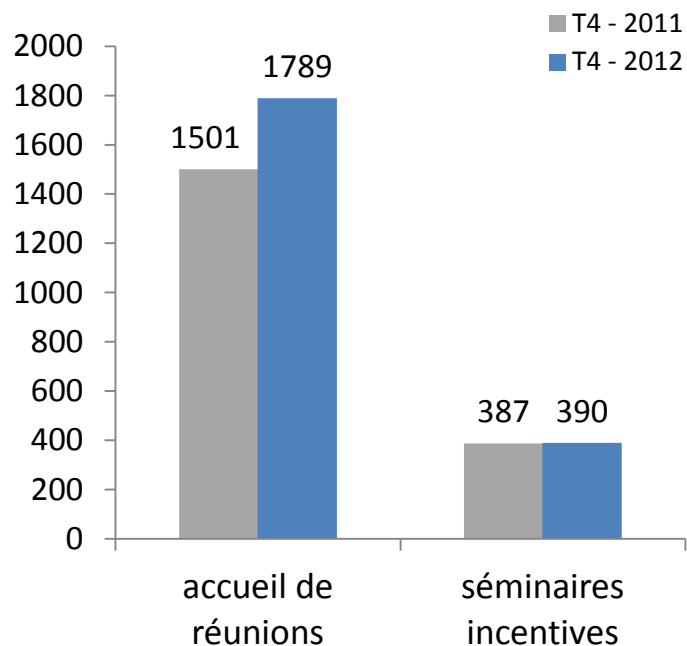
accueil enfants et scol.	+ 1 034 pages vues	+ 27%
classes et séjours scol.	+ 1 925 pages vues	+ 52%

accueil enfants: 42 fiches
classes et séjours scolaires: +29 (166 fiches)
cvl: - 7 (7 fiches)

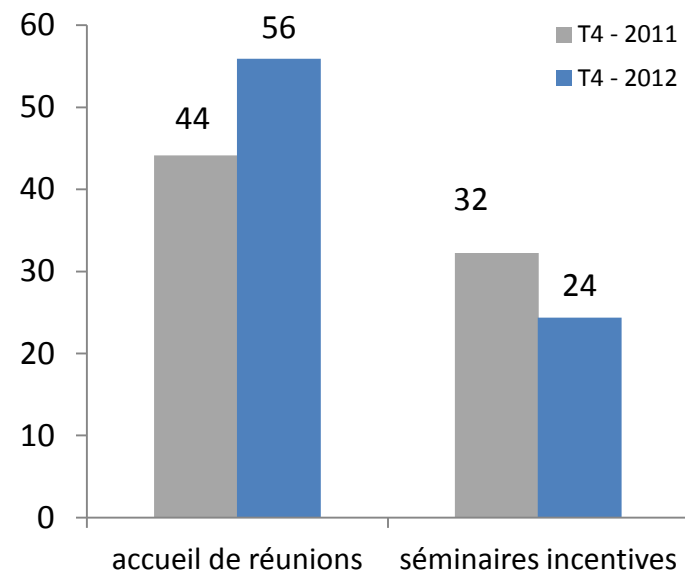
Produits les plus consultés dans la gamme réunions et séminaires

4^{ème} trimestre 2012

Évolution de la consultation de la gamme
« réunions »



Évolution du nombre de consultation moyen des
séjours de la gamme « réunions »



LA PRINCIPALE PROGRESSION

accueil de réunions

+ 288
pages vues

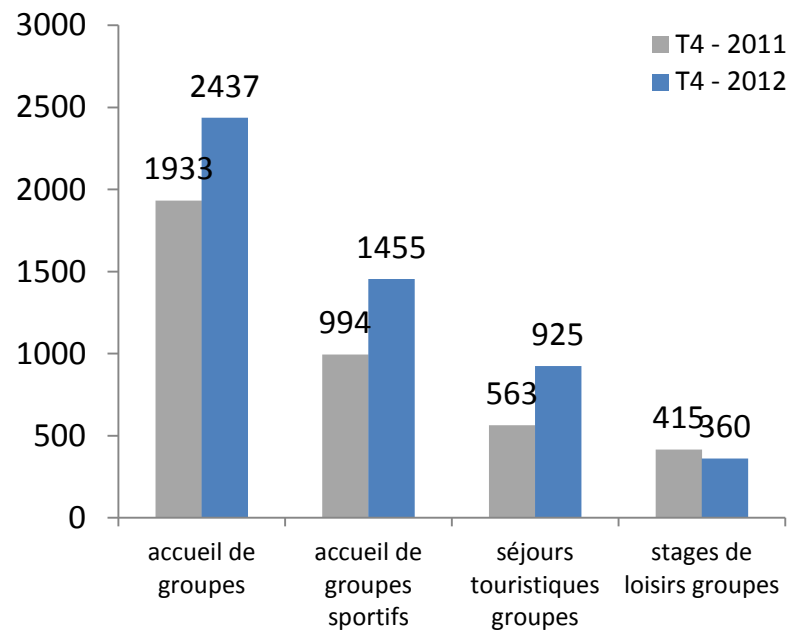
+ 19%

accueil réunions - 2 (32 fiches)
séminaires incentives + 4 (16 fiches)

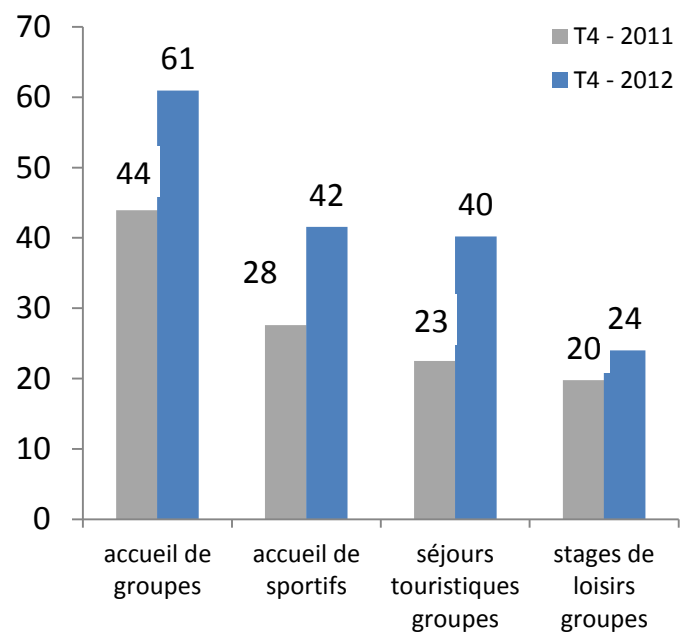
Produits les plus consultés dans la gamme tourisme groupes

4^{ème} trimestre 2012

Évolution de la consultation de la gamme « groupes »



Évolution du nombre de consultation moyen des séjours de la gamme «groupes»



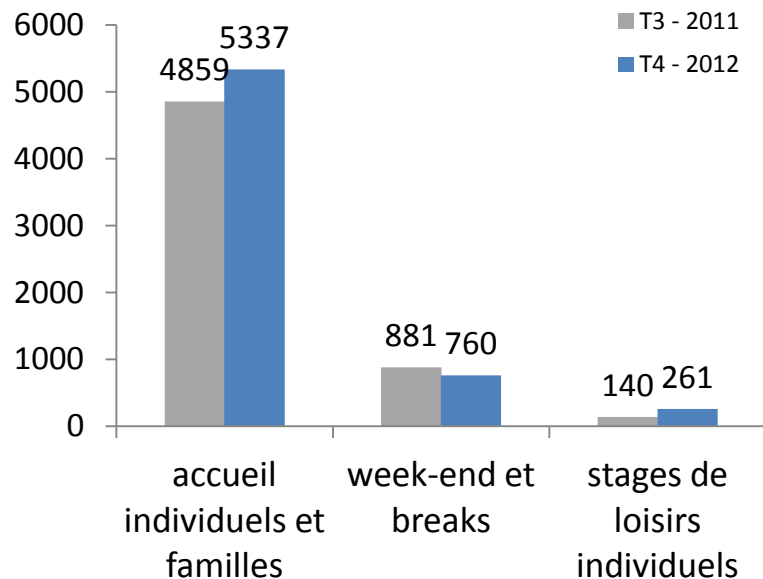
LES PRINCIPALES PROGRESSIONS / BAISSSES		
accueil de groupes	+ 504 pages vues	+ 26%
accueil de sportifs	+ 461 pages vues	+ 46%
séjours touristiques gpes	+ 362 pages vues	+ 64%
stages de loisirs gpes	- 55 pages vues	- 13%

accueil groupes - 4 (40 fiches)
accueil de sportifs : - 1 (35 fiches)
séjours touristiques groupes: - 2 (23 fiches)
stage de loisirs groupes : - 6 (15 fiches)

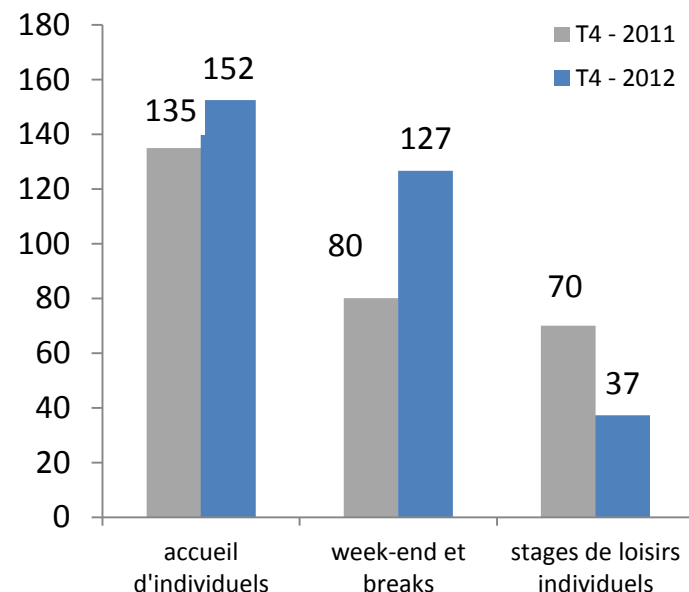
Produits les plus consultés dans la gamme tourisme individuels

4^{ème} trimestre 2012

Évolution de la consultation de la gamme
« individuels »



Évolution du nombre de consultation moyen des
séjours de la gamme «individuels»



LES PRINCIPALES PROGRESSIONS / BAISSSES

stages de loisirs indiv	121 pages vues	+ 86%
accueil d'indiv et familles	+ 478 pages vues	+ 10%
week-end et breaks	- 121 pages vues	- 14%

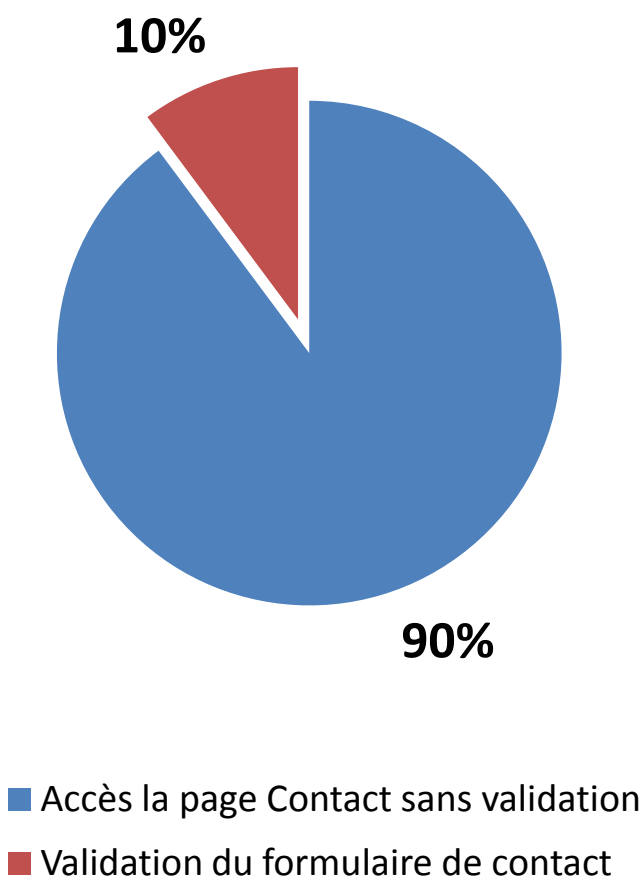
accueil d'individuels et de familles: +1 (35 fiches)

week-end et break: -5 (6 fiches)

stage de loisirs individuels : +5 (7 fiches)

Nombre de formulaires 'Contact général' validés

4^{ème} trimestre 2012



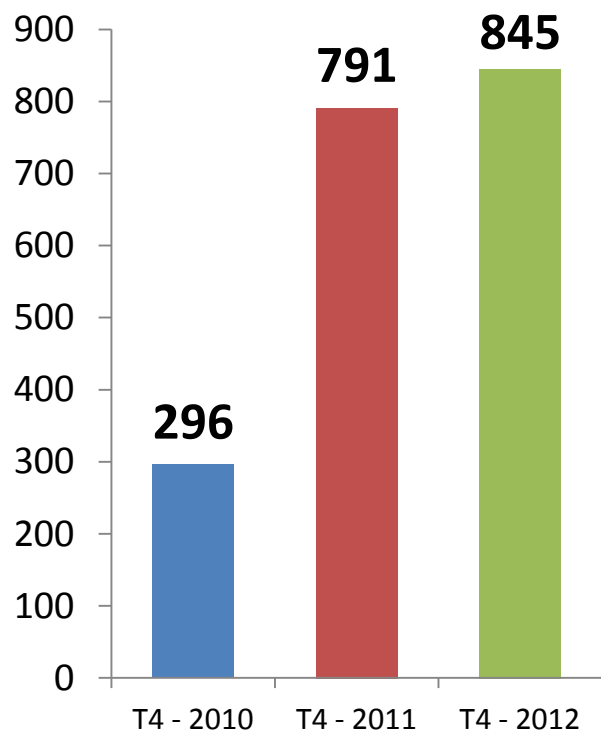
FORMULAIRES CONTACT GENERAL VALIDES	
Accès à la page contact	383
Validation du formulaire de contact	39

Seul 10% des visiteurs accédant à la page contact valide le formulaire

Nombre total de 'Contacts'

4^{ème} trimestre 2012

Évolution du nombre de contacts
reçus depuis le site



DEMANDES DE CONTACTS PROVENANT DU SITE

T4 – 2010	296
T4 – 2011	791
T4 – 2012	845

Les demandes de contacts depuis
le site continuent d'augmenter

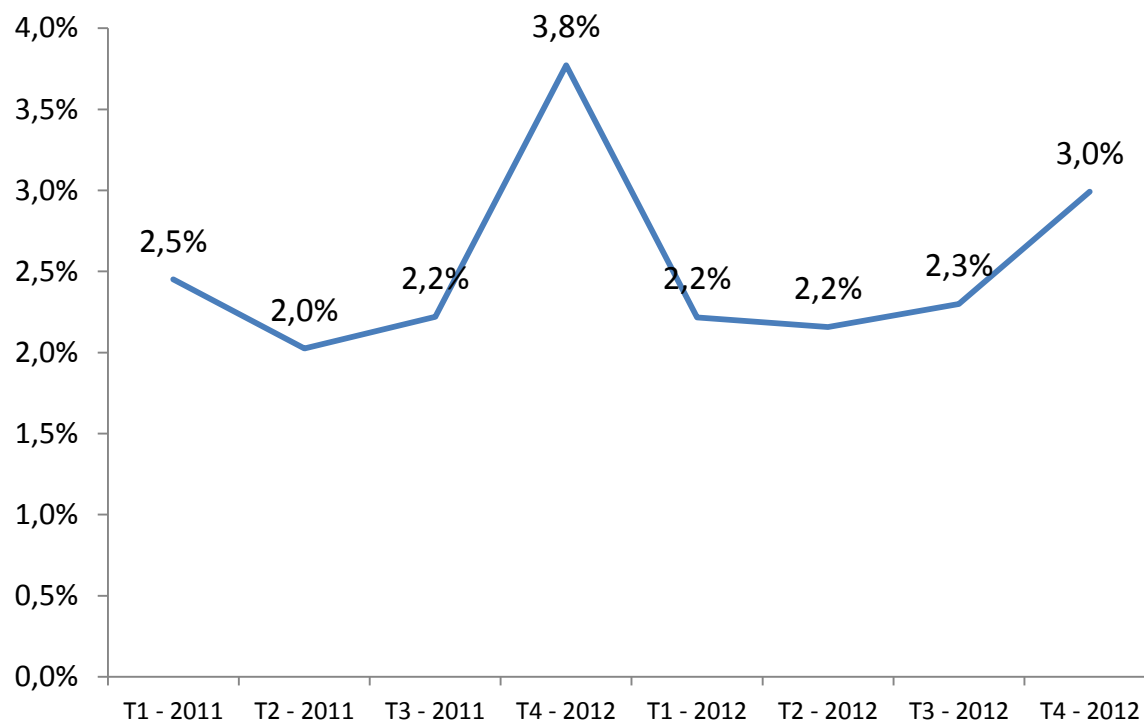
+7% en 1 an

+185% en 2 ans

Évolution du pourcentage de visites aboutissant à une demande de contact

4^{ème} trimestre 2012

**Évolution du pourcentage de visites aboutissant
à une prise de contact**

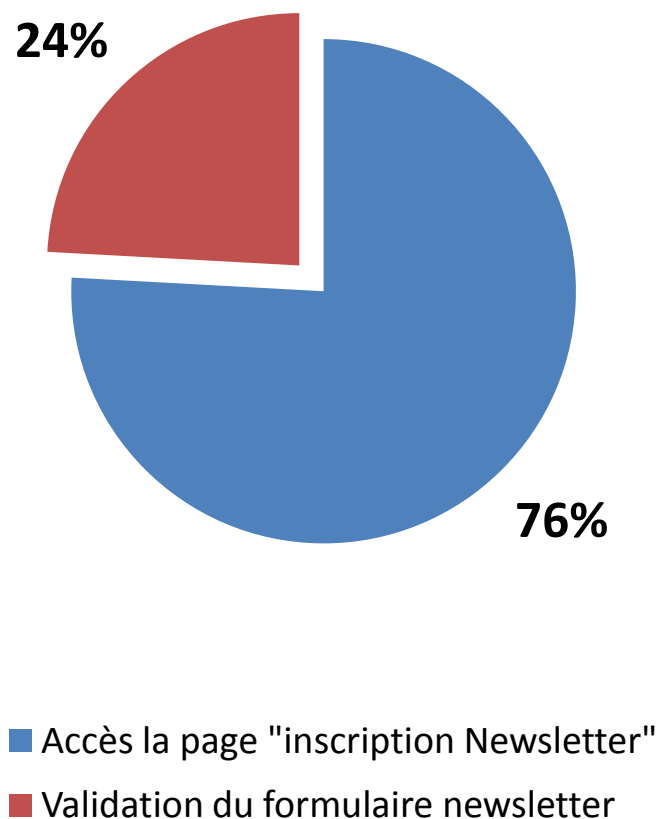


Le pourcentage de visites aboutissant à une prise de contact reste faible:

3% des visites génèrent une demande de contact

Nombre de formulaires 'inscription newsletter' validés

4^{ème} trimestre 2012



FORMULAIRES INSCRIPTIONS NEWSLETTER VALIDES	
Accès à la page inscription newsletter	116
Validation du formulaire d'inscription Newsletter	28

Le pourcentage de validation du formulaire d'inscription à la newsletter reste faible: Seul $\frac{1}{4}$ des personnes accédant à la page d'inscriptions valide le formulaire