



éthic étapes

nous hébergeons vos passions  
havens for your passions



RÉSUMÉ DE LA FRÉQUENTATION DU SITE ETHIC-ETAPES.FR

1<sup>er</sup> trimestre 2012



éthic étapes

nous hébergeons vos passions  
havens for your passions

-- 1 --

# LES INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

# 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

# L'évolution du nombre de visites / visiteurs / pages vues

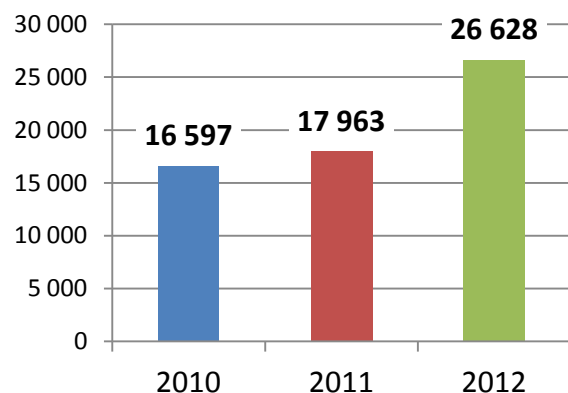
1<sup>er</sup> trimestre 2012

	1 <sup>er</sup> trimestre 2011	1 <sup>er</sup> trimestre 2012	
Visiteurs uniques	17 963	26 628	+ 48%
Visites	22 644	32 069	+ 42%
Pages vues	83 614	108 064	+ 29%
Pages vues par visite	3.7	3.4	
Nouvelles visites	79.3%	83%	
Taux de rebond	45.1%	47.7%	
Visiteurs accédant au site depuis la page d'accueil	44.3%	36.4%	
Accès depuis un terminal mobile	310 visites <i>1.2% des visites</i>	1 221 visites <i>3.8% des visites</i>	
Part des visites sur les versions étrangères	10%	10%	

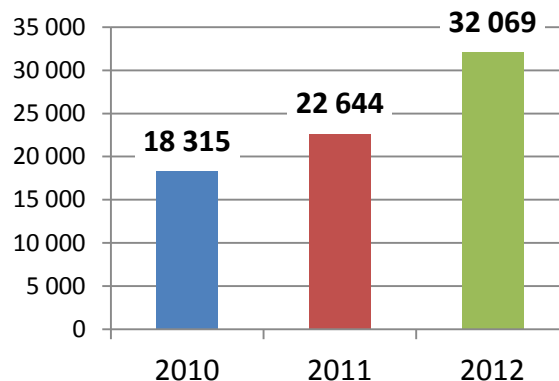
# Visites / visiteurs / pages vues

1<sup>er</sup> trimestre 2012

Visiteurs uniques  
**+ 48% en 1 an**



Visites  
**+ 42% en 1 an**



**au 1<sup>er</sup> trimestre 2012**

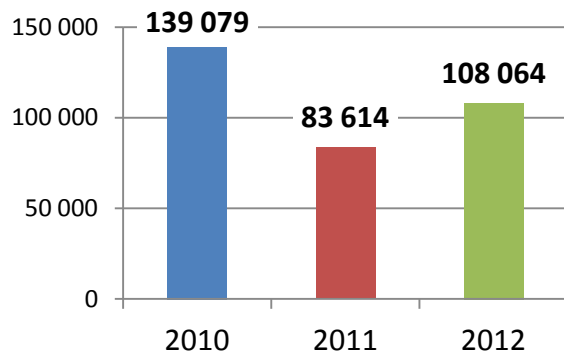
32 069 visites

26 628 visiteurs

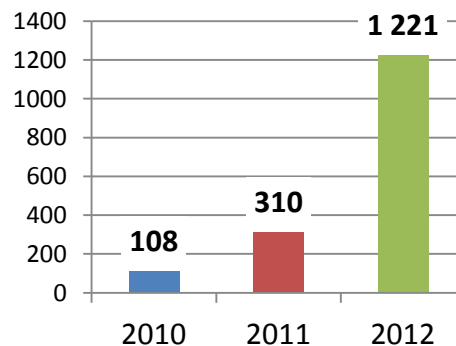
108 064 pages vues

1221 visites mobiles

Pages vues  
**+29% en 1 an**



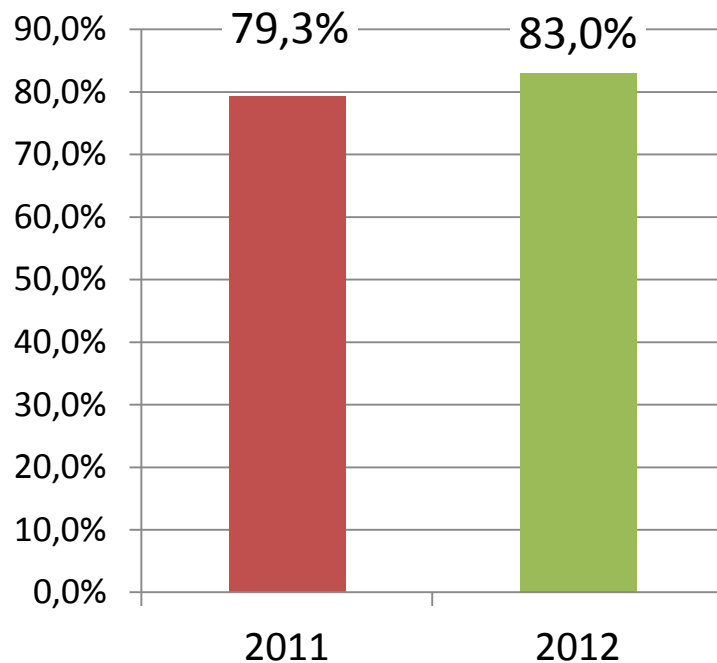
Accès depuis un  
terminal mobile  
**+ 293% en 1 an**



# L'évolution de la fidélisation des visiteurs

1<sup>er</sup> trimestre 2012

*Pourcentage de 1<sup>ères</sup> visites  
sur le site*

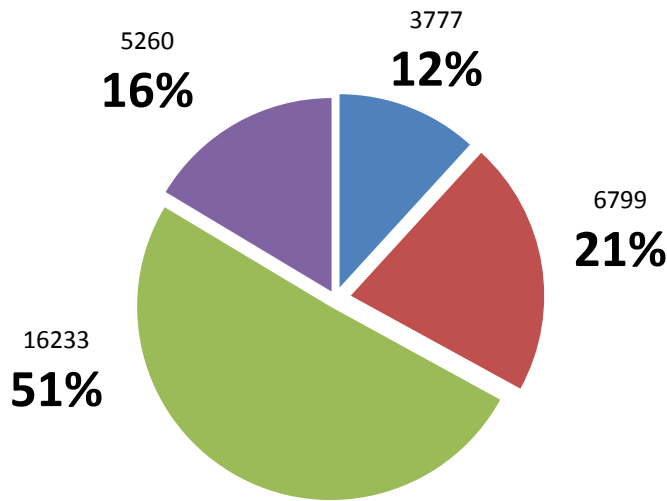


Le site touche davantage de nouveaux internautes.

79.3% des internautes accédaient pour la 1<sup>ère</sup> fois sur le site en 2011, contre 83% début 2012.

# Sources du trafic

1<sup>er</sup> trimestre 2012

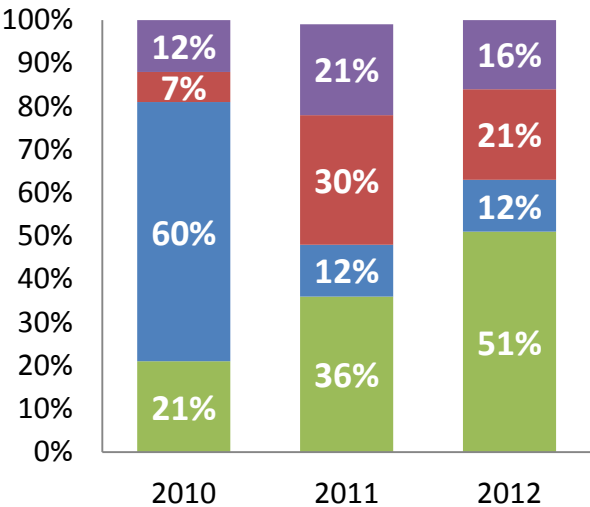


- Accès direct
- Moteurs de recherche (fausses requêtes)
- moteurs recherche
- sites référents

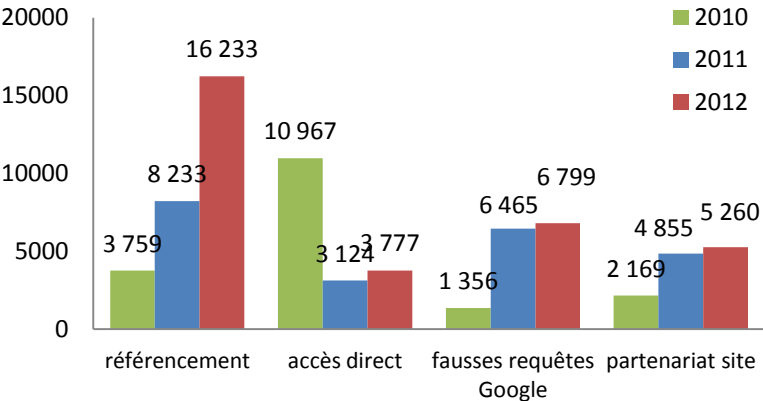
Le moteur de recherche devient la 1<sup>ère</sup> source de trafic avec 51% des visites

Le nombre de visites provenant d'un moteur de recherche a augmenté de 97%

Analyse en pourcentage



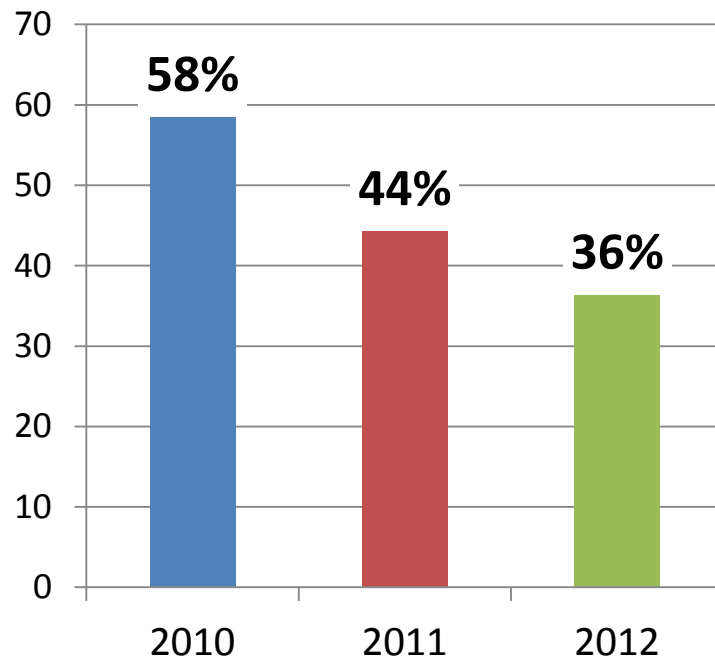
Evolution sur 3 ans



# L'évolution du référencement des pages « destinations » et « séjours »

1<sup>er</sup> trimestre 2012

*Part des visites où la page d'entrée est la page d'accueil*



La page d'entrée correspond à la 1<sup>ère</sup> page visualisée par l'internaute

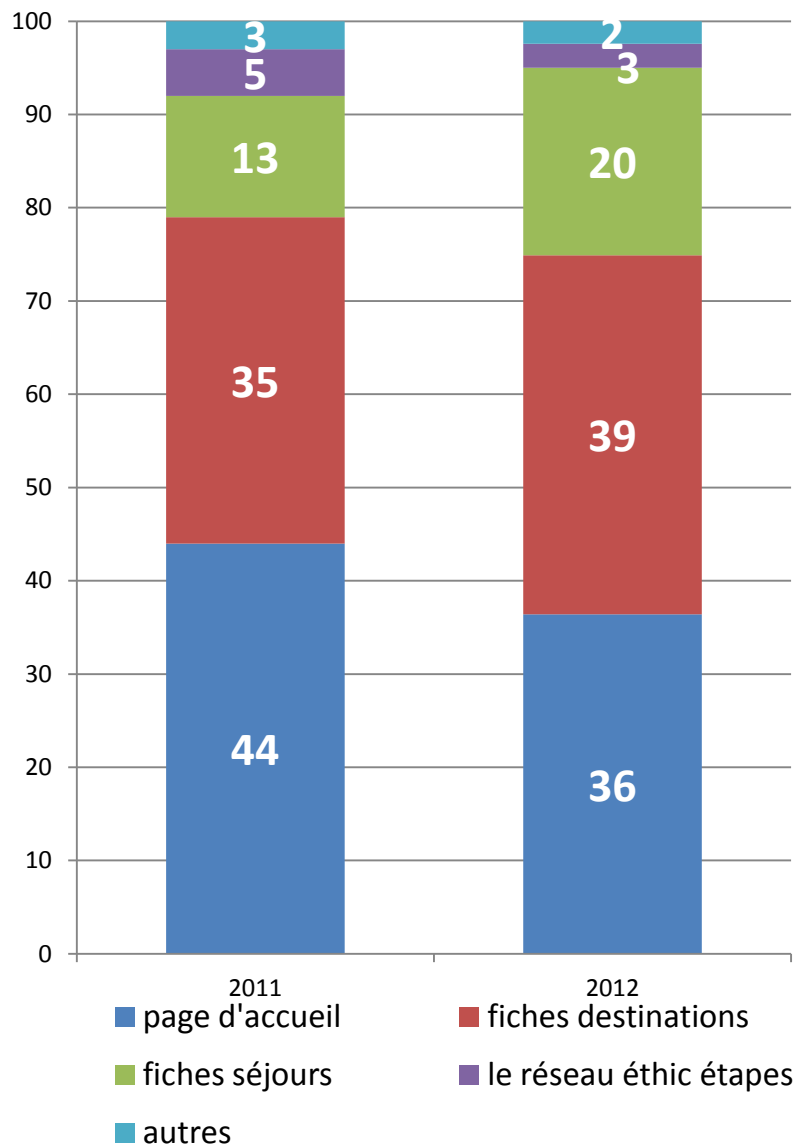
Le référencement des pages intérieures (destinations / séjours...) est en nette augmentation

Les internautes arrivent directement à la page souhaitée sur le site



# Les pages d'entrée du site

1<sup>er</sup> trimestre 2012



En 1 an, l'indexation et le positionnement des fiches séjours ont fortement augmenté sur Google

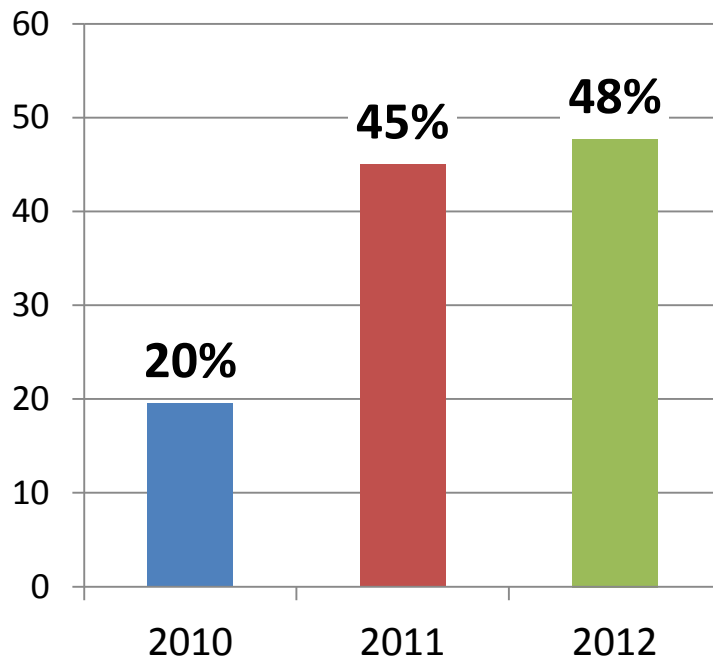
20% des visites ont commencé sur une fiche "séjour" au 1<sup>er</sup> trimestre 2012, contre 13% l'an dernier

59% des visites ont commencé directement sur une fiche "destination" ou "séjours", contre 48% l'an dernier

# L'évolution du taux de rebond

1<sup>er</sup> trimestre 2012

*Pourcentage du  
taux de rebond*



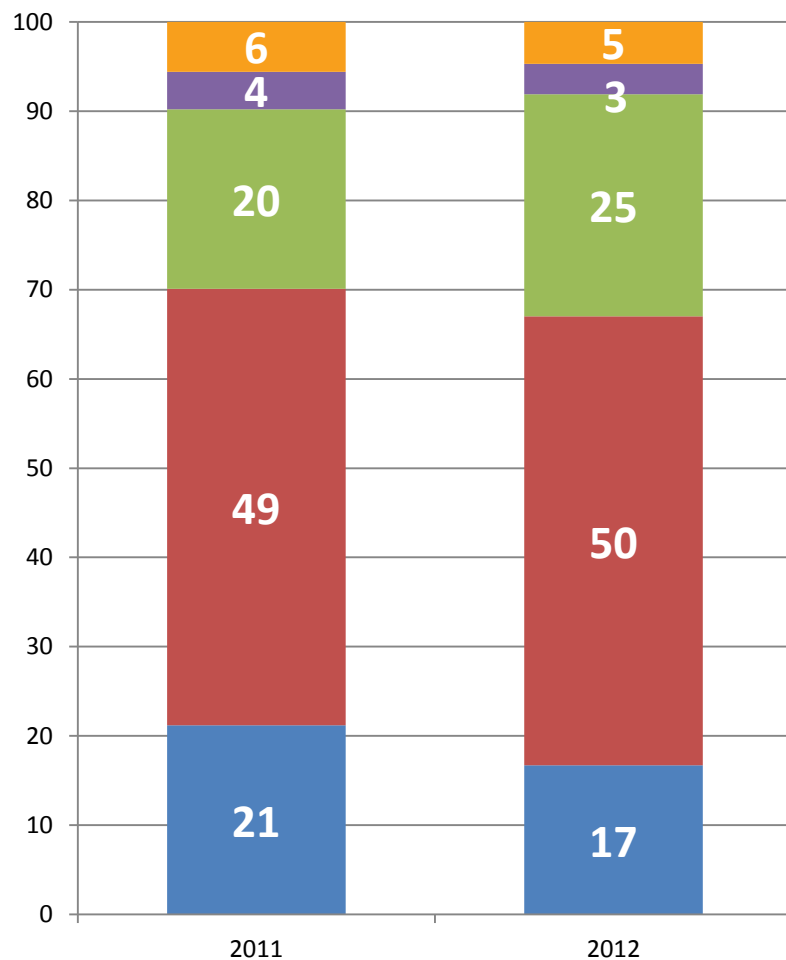
Un rebond est une visite au cours de laquelle l'internaute quitte le site dès la page d'entrée

Un rebond de rebond progresse de 3 points en 1 an, principalement dû à:

- La mise en ligne des versions étrangères
- La progression du référencement (accès direct à la page souhaitée + ciblage plus large)

# Les pages de sortie

1<sup>er</sup> trimestre 2012



75% des pages de sortie  
sont des pages de  
"fin de navigation"  
contre 69% l'an dernier

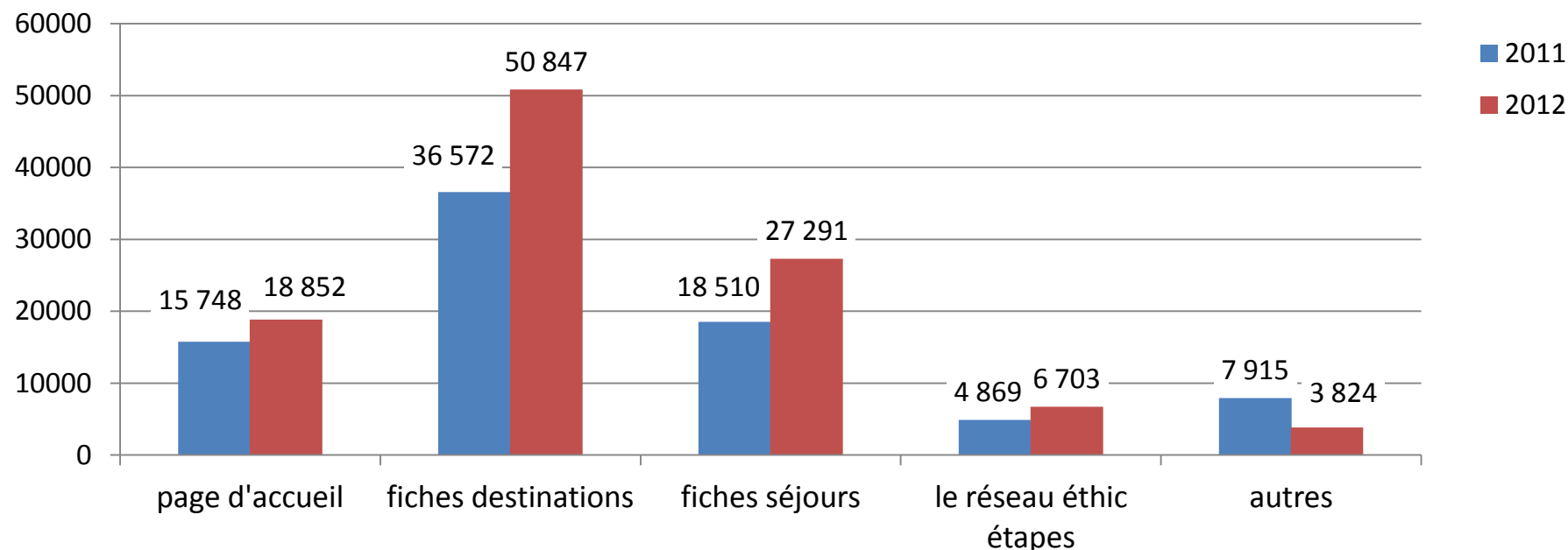
# Les 20 pages les plus consultées

*1<sup>er</sup> trimestre 2012*

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

# Pages les plus consultées par chapitre

1<sup>er</sup> trimestre 2012



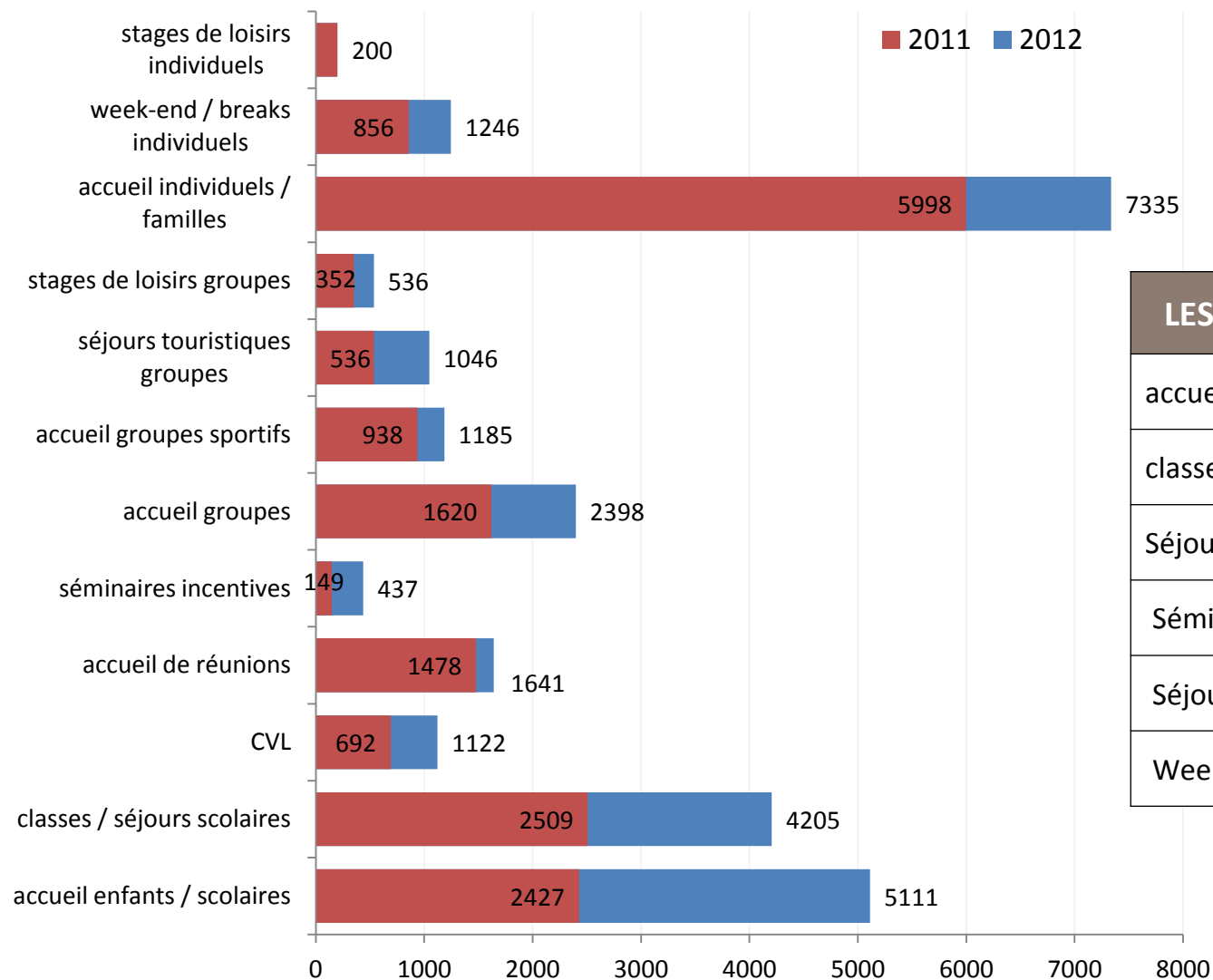
## LES PRINCIPALES PROGRESSIONS

fiches destinations	+ 14 275 pages vues	+ 39%
fiches produits	+ 8 781 pages vues	+ 47%
présentation réseau	+ 1 834 pages vues	+37.7%

Les fiches "destinations" restent les plus consultées (47.3% des pages vues), mais les fiches "produits" ont la plus forte progression (+ 47% en 1 an)

# Produits les plus consultés sur le site

1<sup>er</sup> trimestre 2012

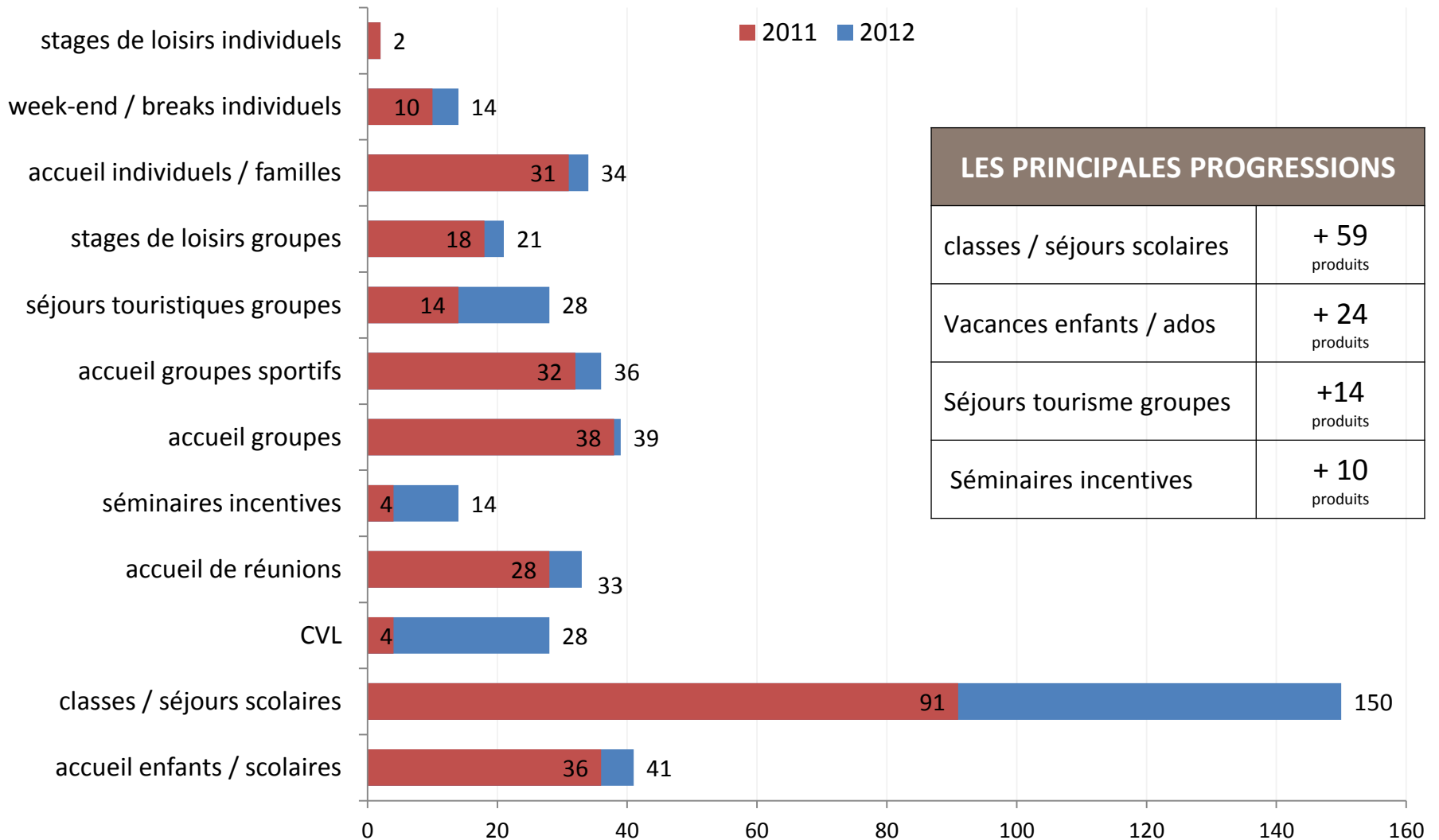


## LES PRINCIPALES PROGRESSIONS

accueil enfants / scolaires	+ 111%
classes / séjours scolaires	+ 68%
Séjours vacances enfants	+ 62%
Séminaires incentives	+ 193%
Séjours tourisme groupes	+ 95%
Week-end / breaks indiv.	+ 46%

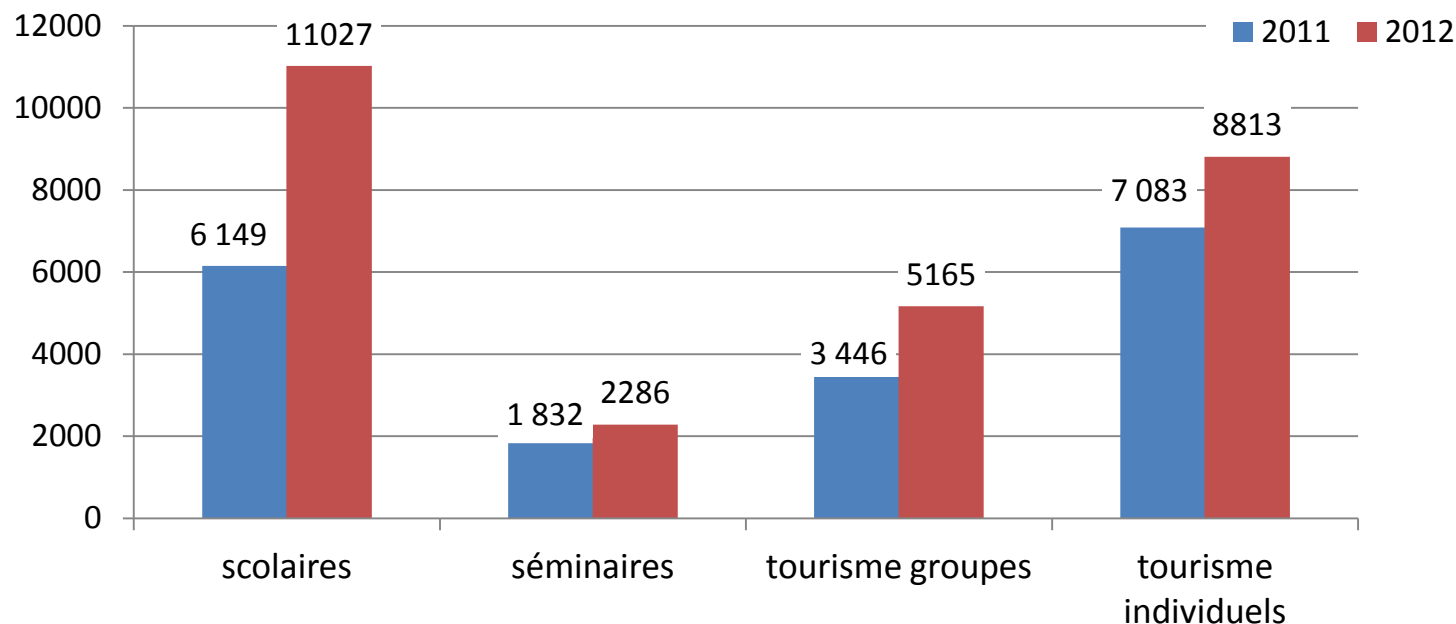
# Évolution du nombre de produits en ligne

1<sup>er</sup> trimestre 2012



# Produits les plus consultés sur le site (par gamme)

1<sup>er</sup> trimestre 2012



## LES PRINCIPALES PROGRESSIONS

enfants / scolaires	+ 4 878 pages vues	+ 79%
séminaires	+ 454 pages vues	+ 24%
tourisme groupes	+ 1 719 pages vues	+ 49%
tourisme individuels	+ 1 730 pages vues	+ 24%

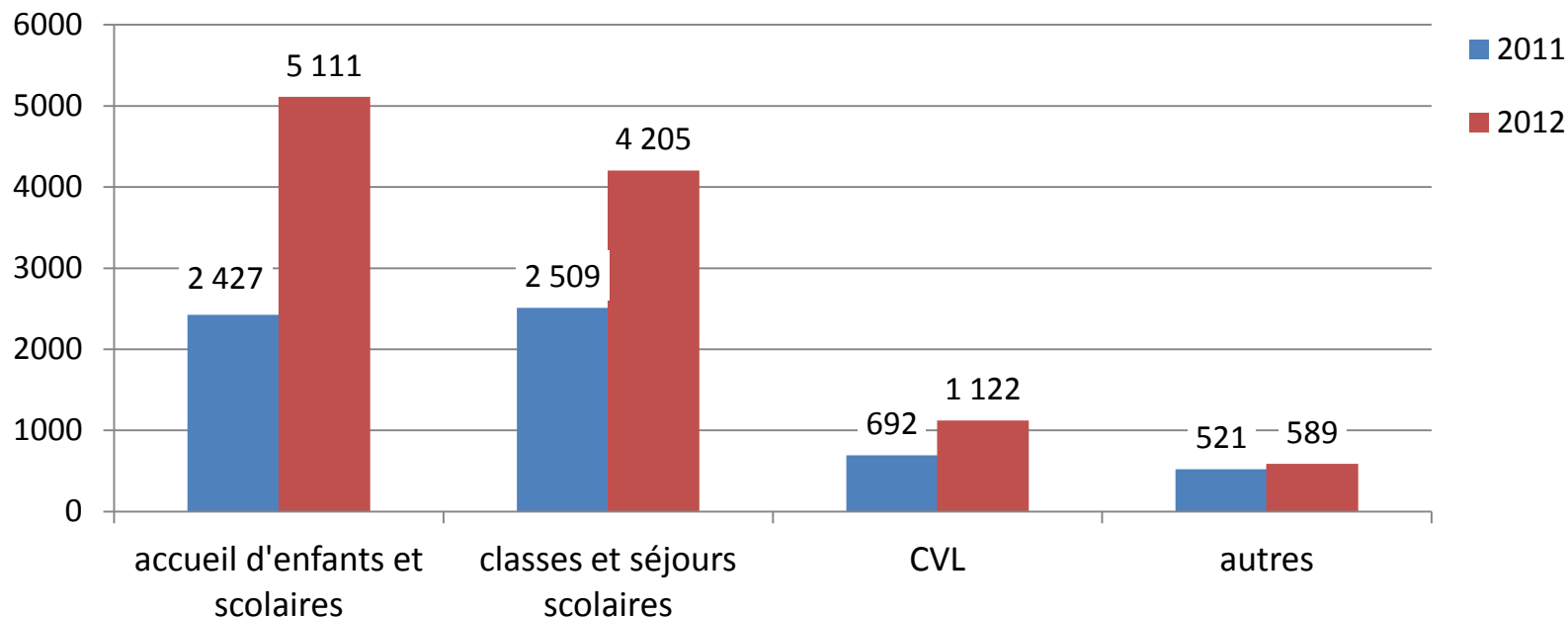
Toutes les gammes de séjour ont été davantage consultées au 1<sup>er</sup> trimestre 2012

Les séjours enfants / scolaires restent les plus plébiscités



# Produits les plus consultés dans la gamme – de 18 ans

1<sup>er</sup> trimestre 2012



## LES PRINCIPALES PROGRESSIONS

accueil enfants et scol.	+ 2 684 pages vues	+ 111%
classes et séjours scol.	+ 1 696 pages vues	+ 68%
CVL	+ 430 pages vues	+ 62%

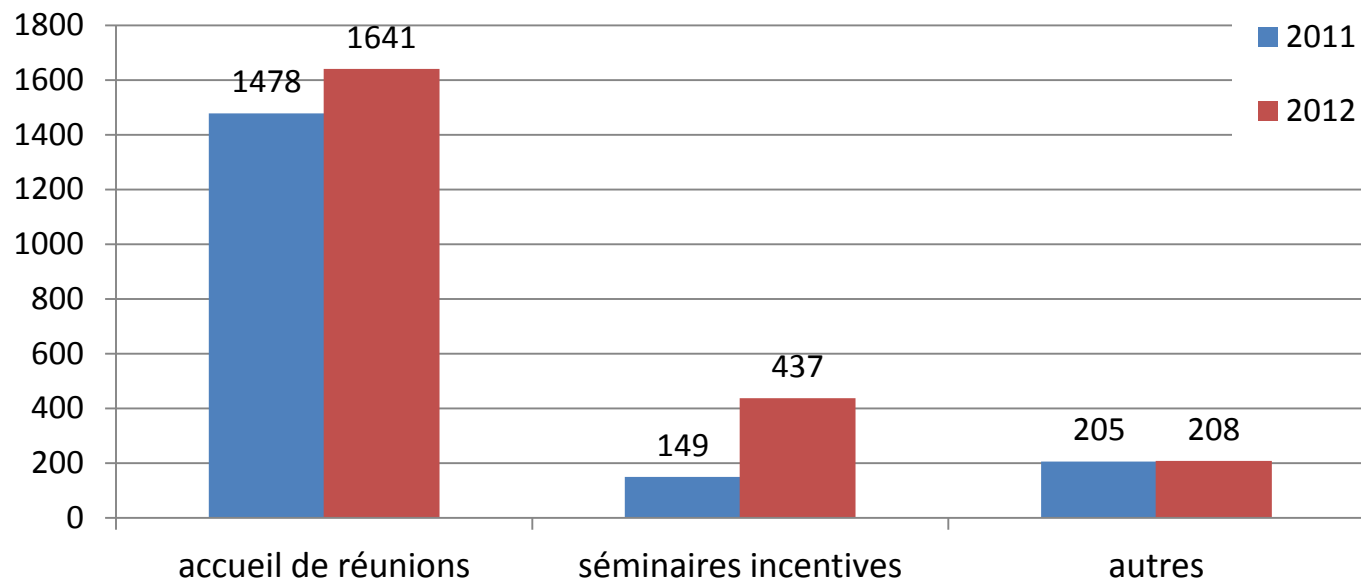
La consultation de tous les produits enfants et scolaires a fortement augmentée

### En ligne

- 41 groupes enfants / scolaires (+5)
- 150 classes et séjours scolaires (+59)
- 28 cvl (+24)

# Produits les plus consultés dans la gamme réunions et séminaires

1<sup>er</sup> trimestre 2012



## LES PRINCIPALES PROGRESSIONS

accueil de réunions	+ 163 pages vues	+ 11%
séminaires incentives	+ 288 pages vues	+ 193%

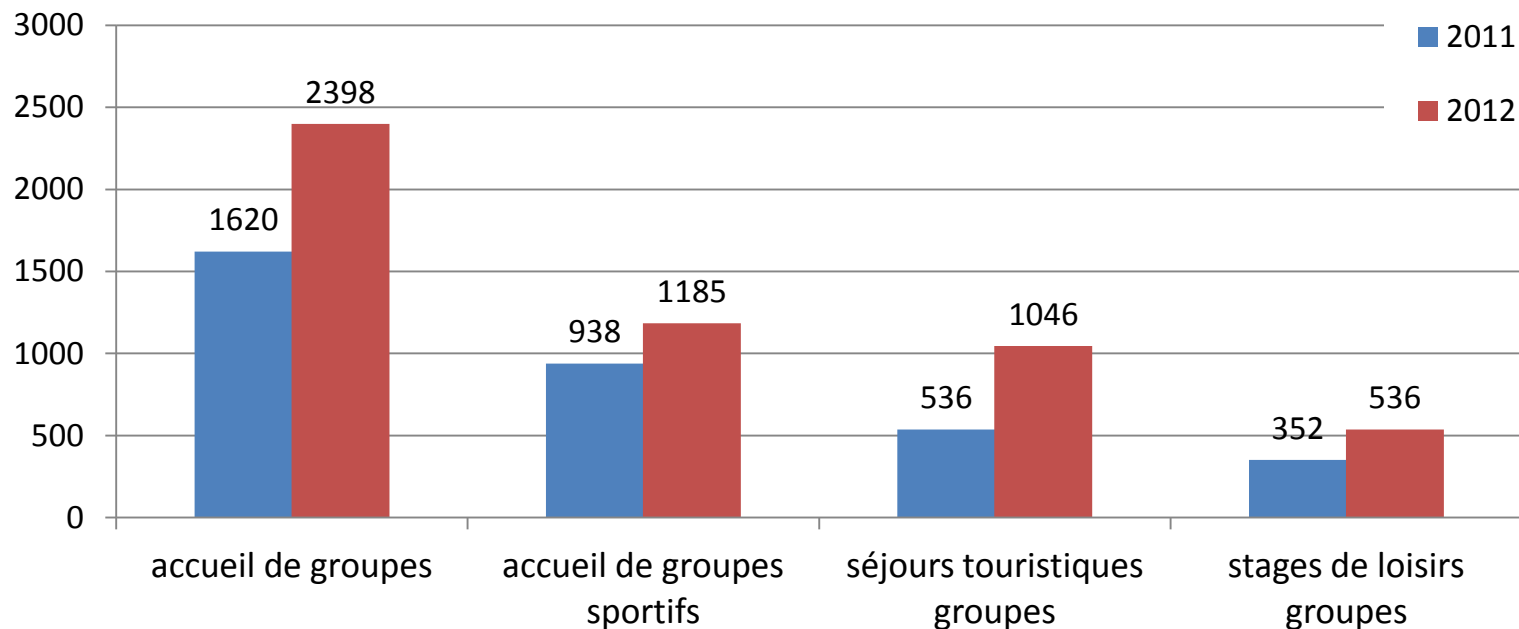
La consultation des  
séminaires incentives a  
augmenté de 193% en 1 an

### En ligne

- 33 accueil de réunions (+5)
- 14 incentives (+10)

# Produits les plus consultés dans la gamme tourisme groupes

1<sup>er</sup> trimestre 2012



## LES PRINCIPALES PROGRESSIONS

accueil de groupes	+ 778 pages vues	+ 48%
accueil de sportifs	+ 247 pages vues	+ 26%
séjours touristiques gpes	+ 510 pages vues	+ 95%
stages de loisirs gpes	+ 184 pages vues	+ 52%

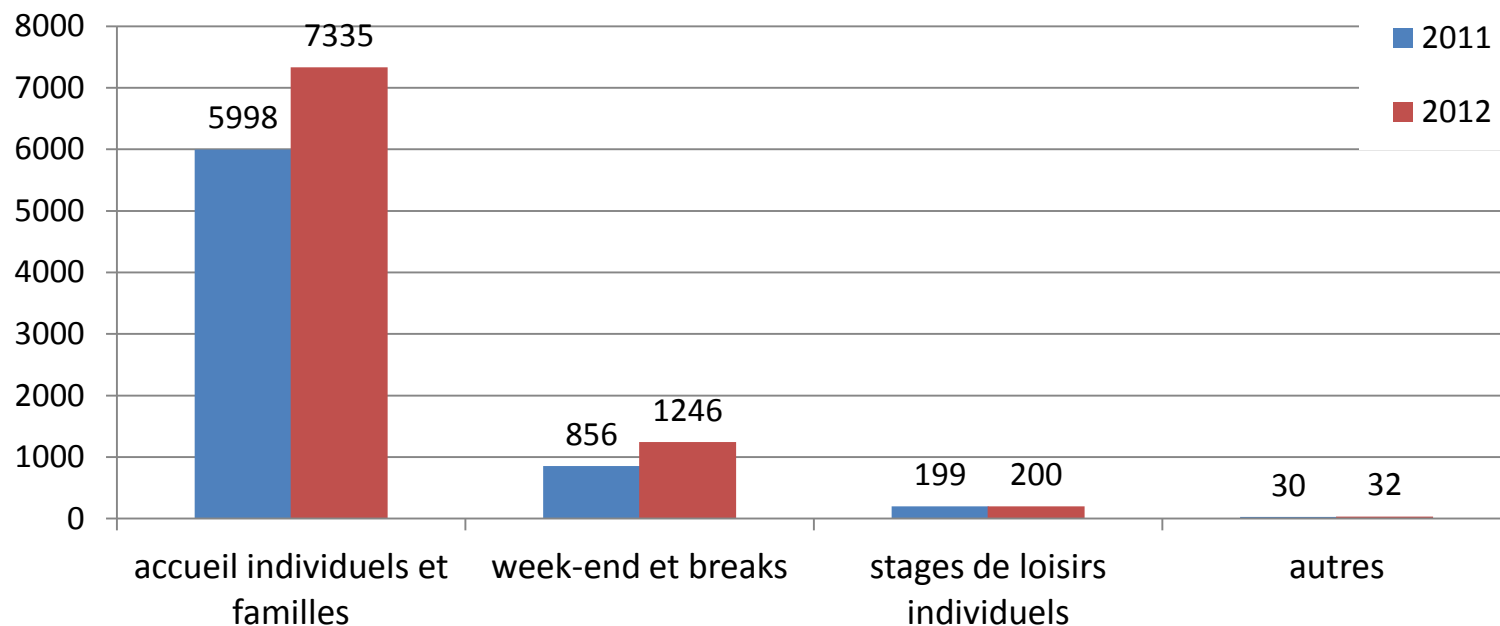
La consultation des séjours touristiques pour groupes a quasiment doublé en 1 an

### En ligne

- 39 accueil groupes (+1)
- 36 accueil de sportifs (+4)
- 28 séjours touristiques groupes (+14)
- 21 stages de loisirs groupe (+3)

# Produits les plus consultés dans la gamme tourisme individuels

1<sup>er</sup> trimestre 2012



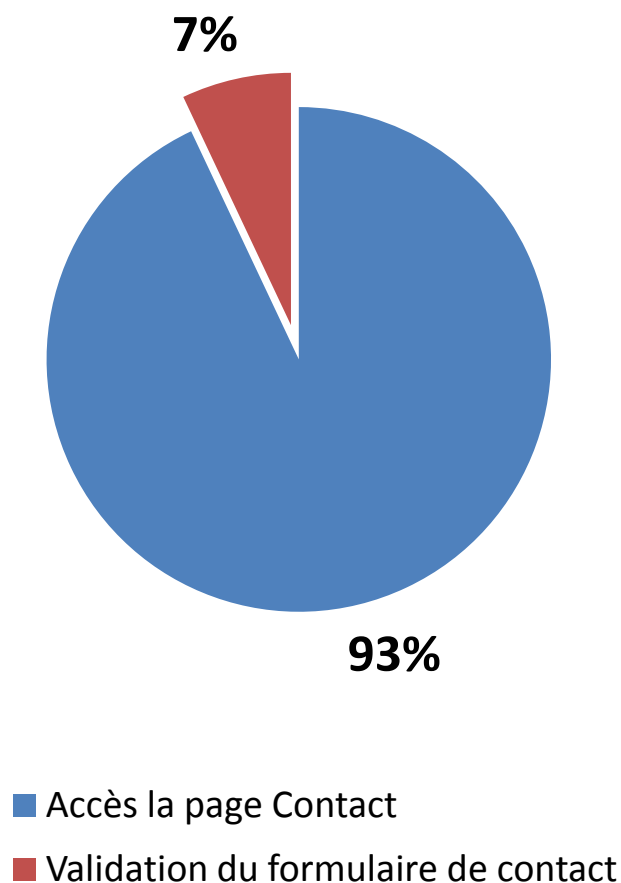
LES PRINCIPALES PROGRESSIONS		
accueil d'individuels	+ 1337 pages vues	+ 22%
week-end et breaks	+ 390 pages vues	+ 46%

## En ligne

- 34 accueil familles et individuels (+3)
- 14 week-end et week-end individuels (+4)
  - 2 stages de loisirs individuels

# Nombre de formulaires 'Contact général' validés

1<sup>er</sup> trimestre 2012



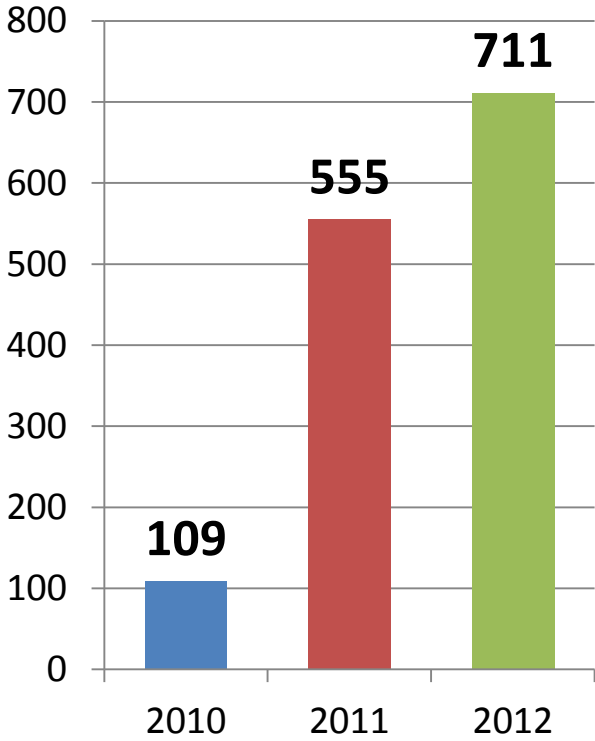
FORMULAIRES CONTACT GENERAL VALIDES	
Accès à la page contact	456
Validation du formulaire de contact	32

Seul 7% des visiteurs  
accédant à la page contact  
valide le formulaire

# Nombre total de 'Contacts'

1<sup>er</sup> trimestre 2012

*Demandes de contacts  
reçu depuis le site*

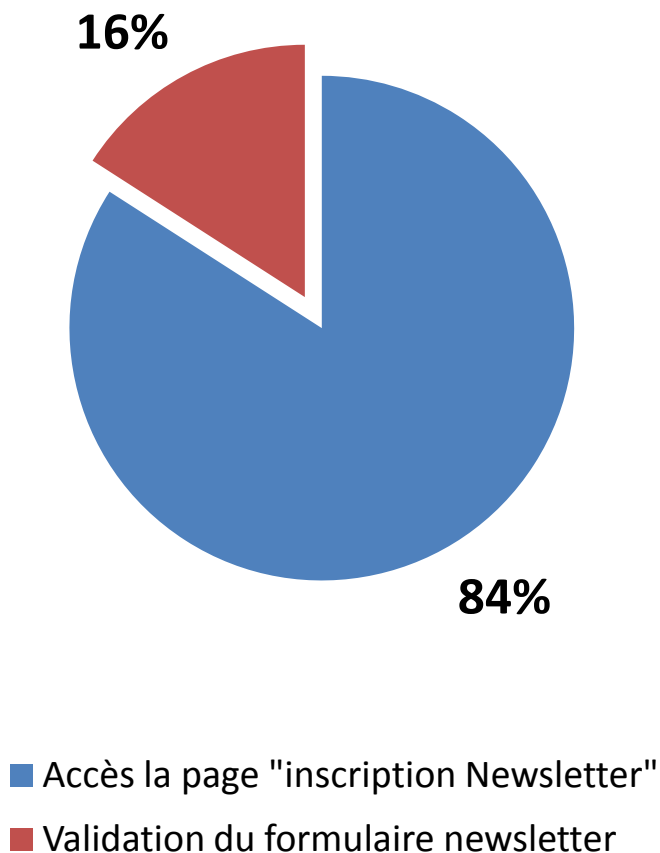


DEMANDES DE CONTACTS PROVENANT DU SITE	
1 <sup>er</sup> trimestre 2010	109
1 <sup>er</sup> trimestre 2011	555
1 <sup>er</sup> trimestre 2012	711

Les demandes de contacts  
depuis le site continuent  
d'augmenter

# Nombre de formulaires 'inscription newsletter' validés

1<sup>er</sup> trimestre 2012



## FORMULAIRES INSCRIPTIONS NEWSLETTER VALIDES

Accès à la page inscription newsletter	176
Validation du formulaire d'inscription Newsletter	28

Seul 16% des visiteurs  
accédant à la page  
« newsletter » valide le  
formulaire