



éthic étapes

nous hébergeons vos passions
havens for your passions



RÉSUMÉ DE LA FRÉQUENTATION DU SITE ETHIC-ETAPES.FR

4^{ème} trimestre 2011



éthic étapes

nous hébergeons vos passions
havens for your passions



-- 1 --

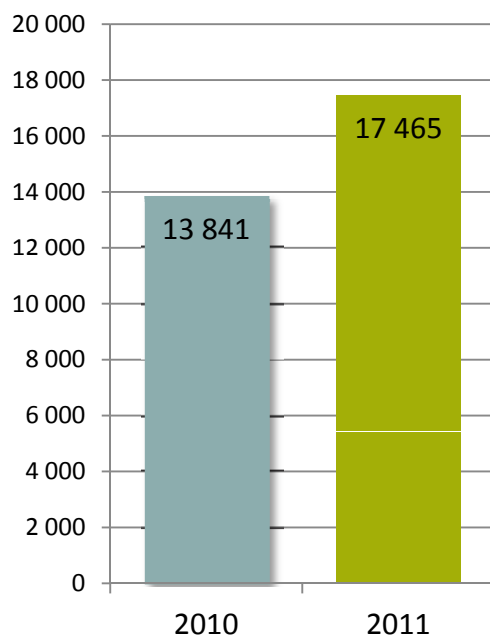
LES INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

Visites / visiteurs / pages vues

4^{ème} trimestre 2011

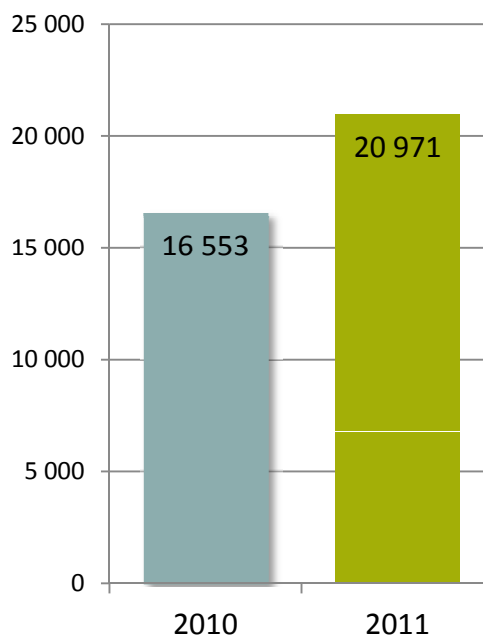
Visiteurs uniques

+ 26.2%



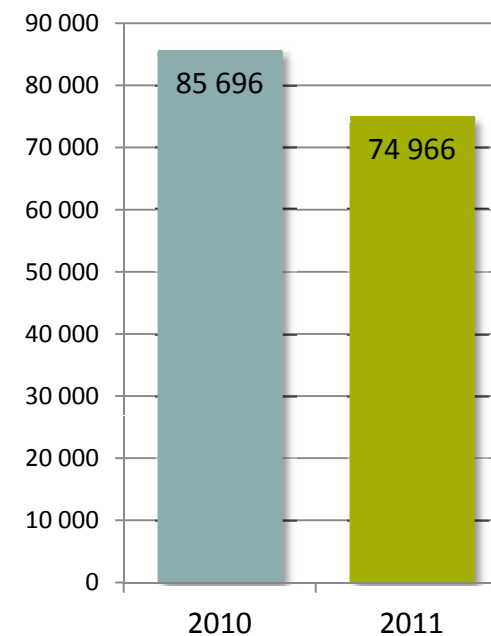
Visites

+ 26.7%



Pages vues

- 12.5%

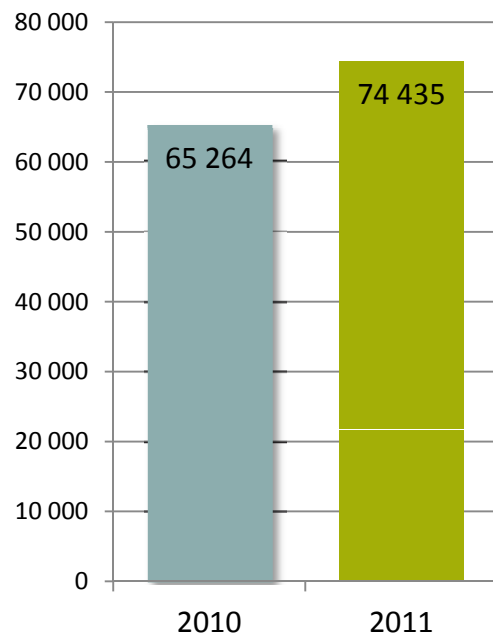


Visites / visiteurs / pages vues

en 2011

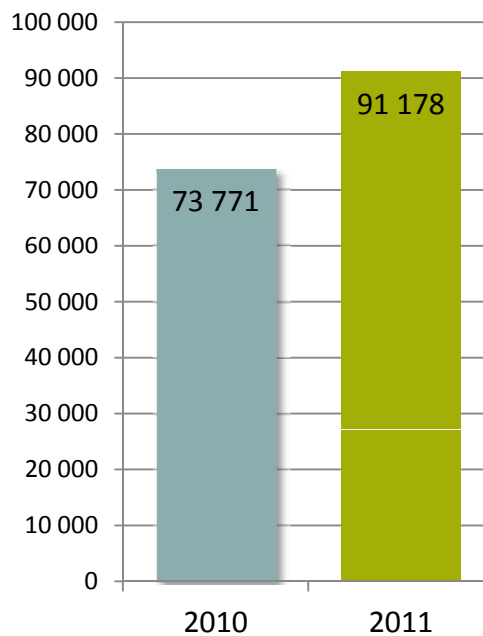
Visiteurs uniques

+ 14%



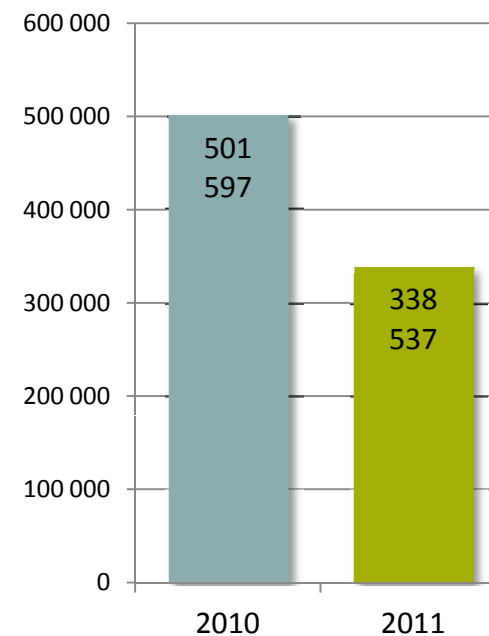
Visites

+ 24%



Pages vues

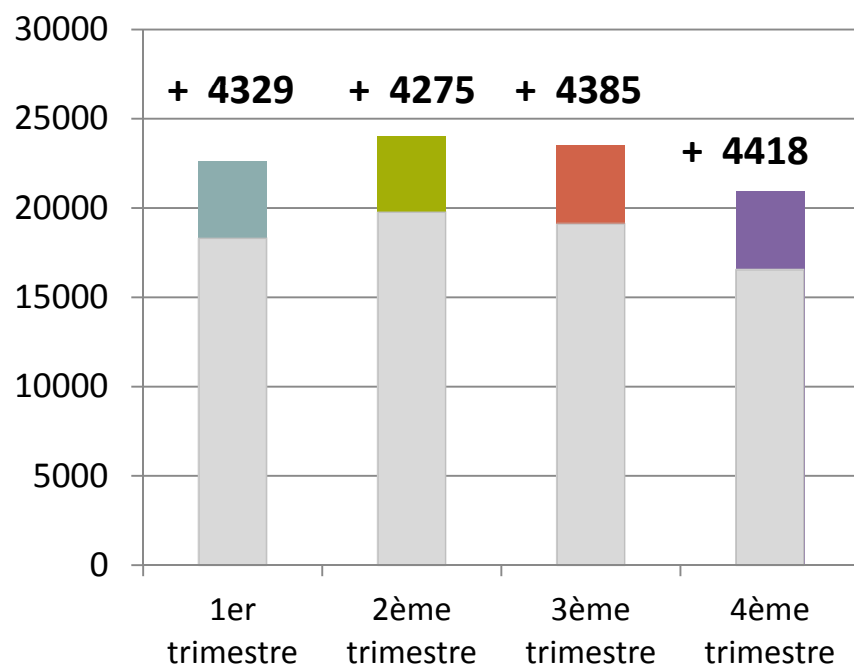
- 33%



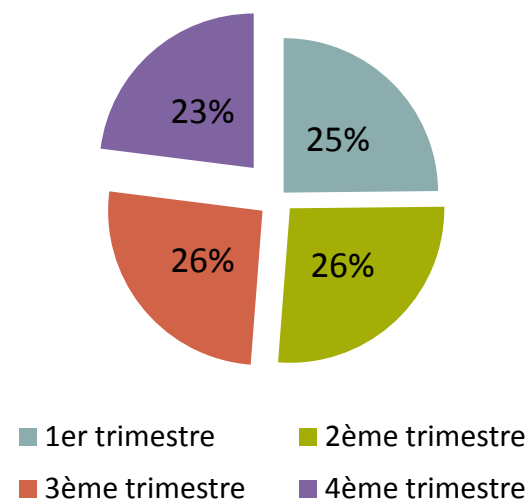
L'évolution des visites

par trimestre en 2011

*Évolution du nombre de visites
par trimestre*



*Répartition des visites
par trimestre*



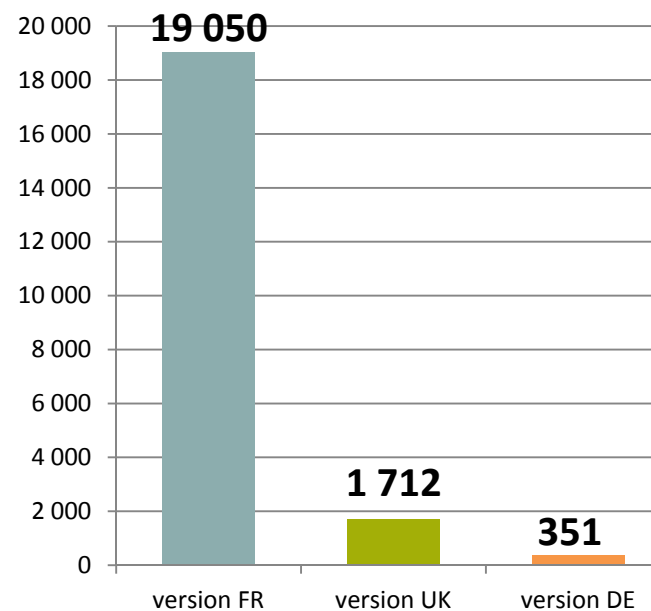
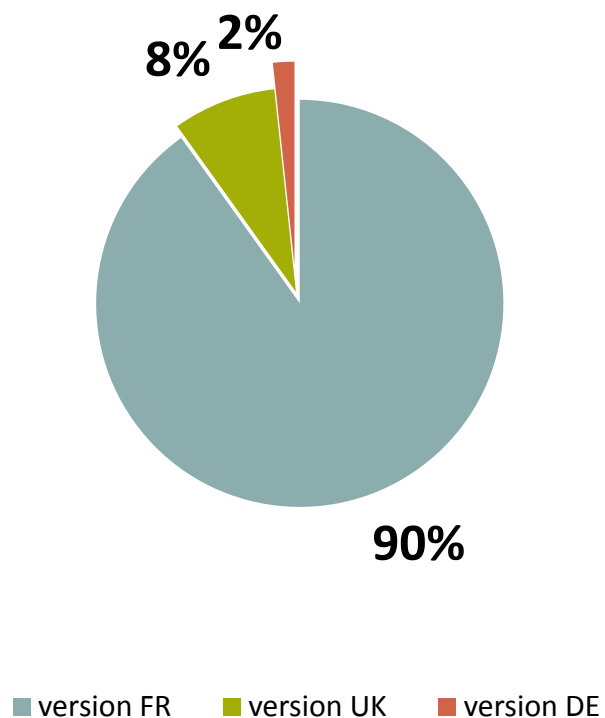
+ 17 407 visites en 2011

+ 24%

La répartition des visites sur les différentes versions

au 4^{ème} trimestre 2011

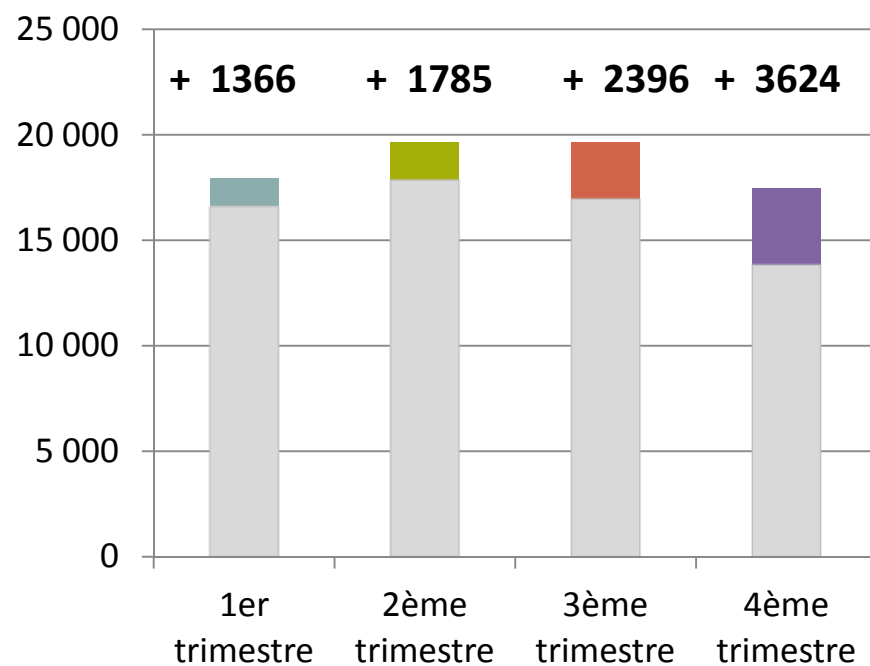
Répartition des visites sur les différentes versions du site



L'évolution des visiteurs uniques

par trimestre en 2011

*Évolution du nombre de visiteurs
par trimestre en 2011*



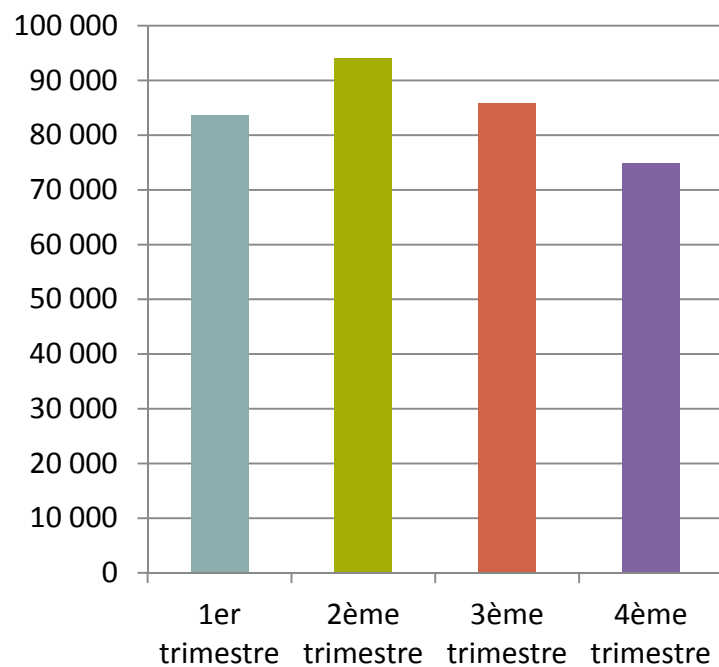
+ 9 171 visiteurs en 2011

+ 14%

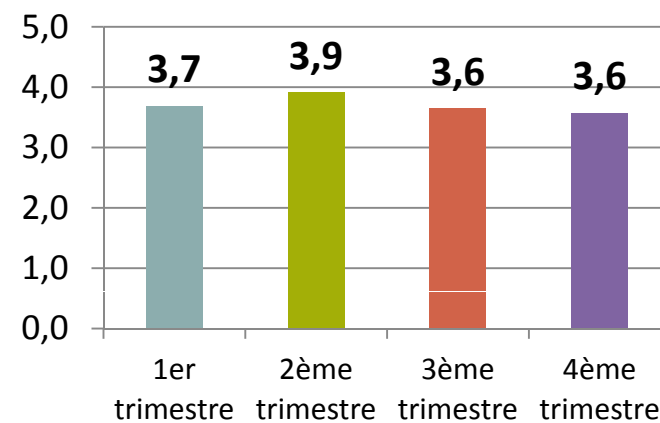
L'évolution du nombre de pages vues

par trimestre en 2011

*Évolution du nombre de pages vues
par trimestre*

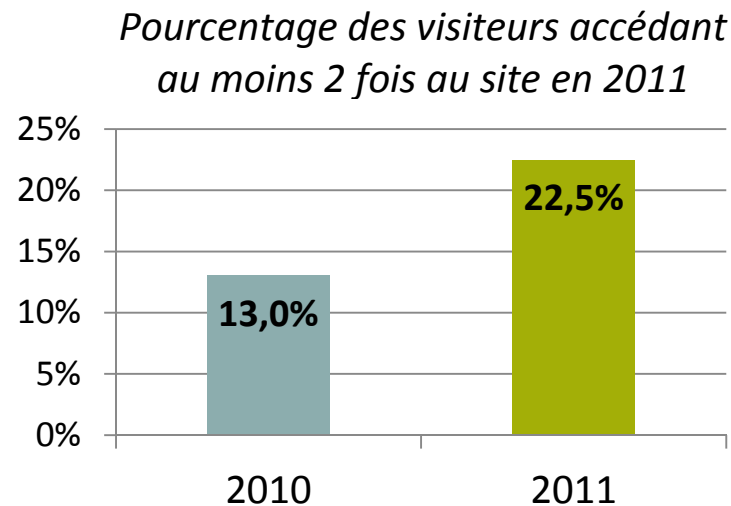


*Évolution du nombre de
pages vues par visite*



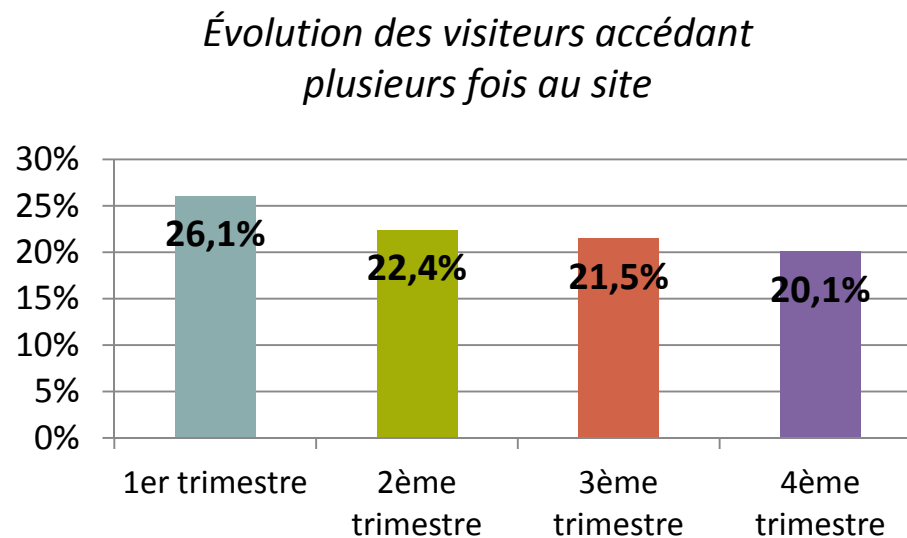
L'évolution de la fidélisation des visiteurs

4^{ème} trimestre 2011



22.5% des visiteurs ont accédé plus d'une fois sur le site en 2011, contre 13% en 2010.

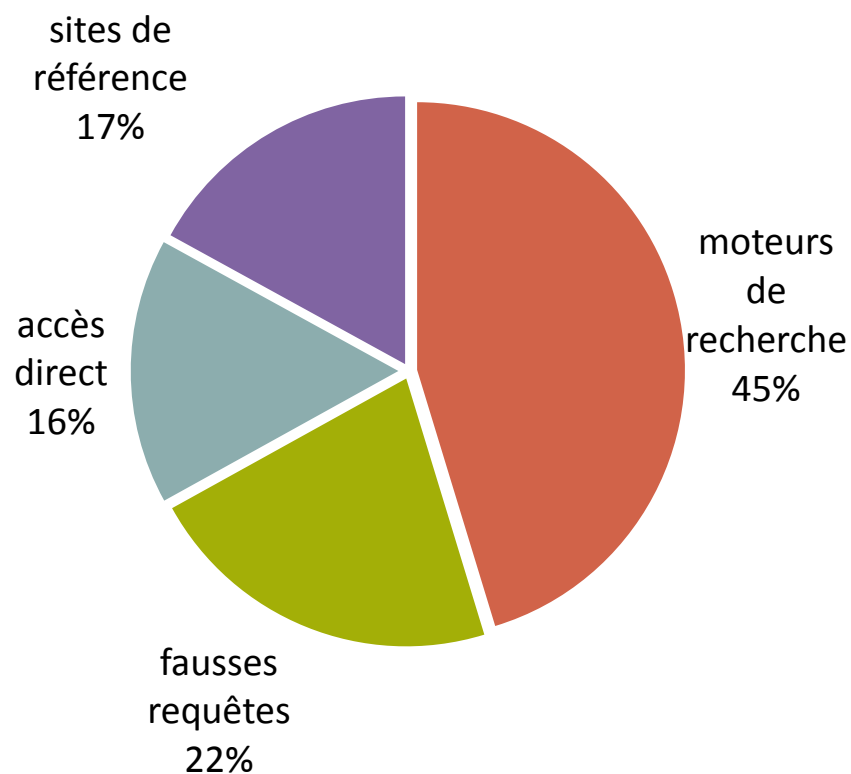
En 2011, le pourcentage de fidélisation a progressivement diminué, la principale raison étant la mise en place au 2nd semestre des campagnes emailing



Sources du trafic

4^{ème} trimestre 2011

Sources de trafic au 4^{ème} trimestre
2011

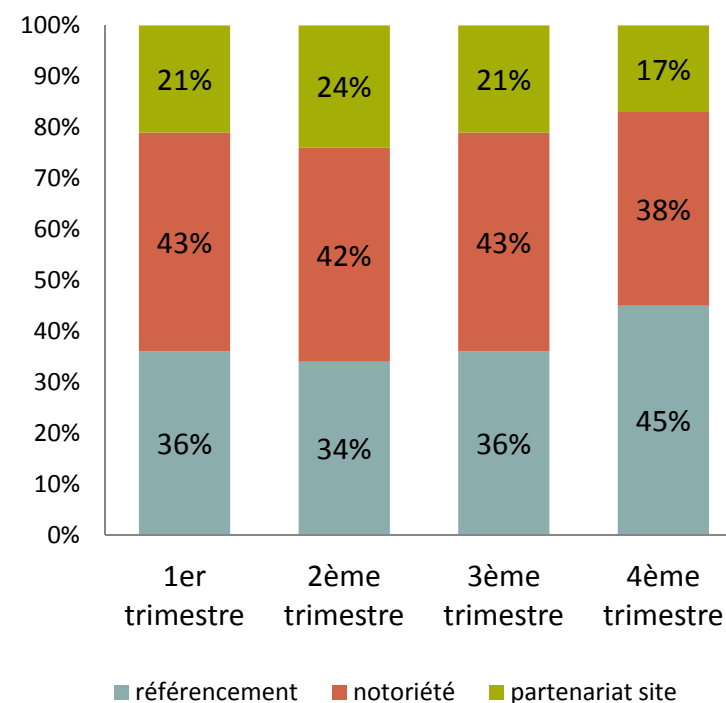
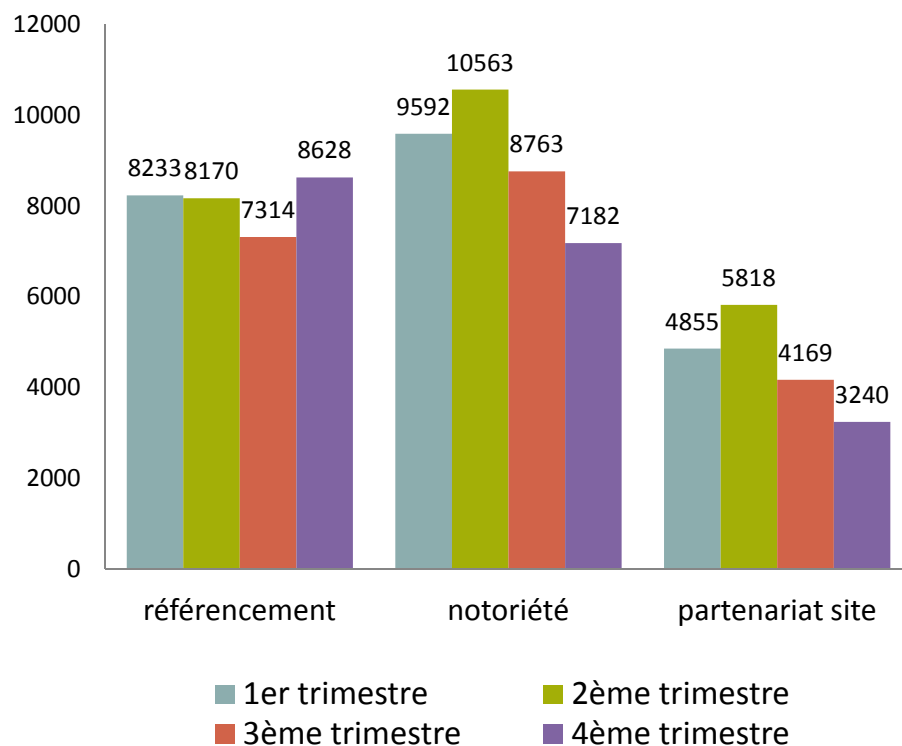


L'accès via un moteur de recherche devient au 4^{ème} trimestre la 1^{ère} source de visite, avec 45% de trafic généré

Sources du trafic

par trimestre en 2011

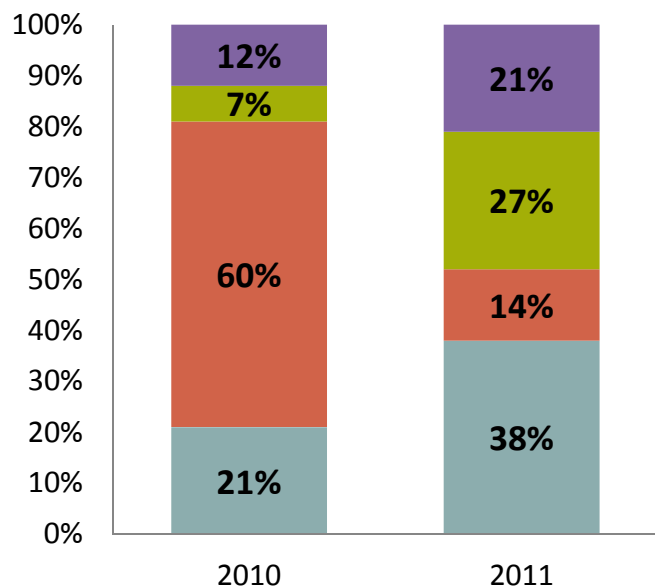
Répartition des sources de trafic par trimestre en 2011



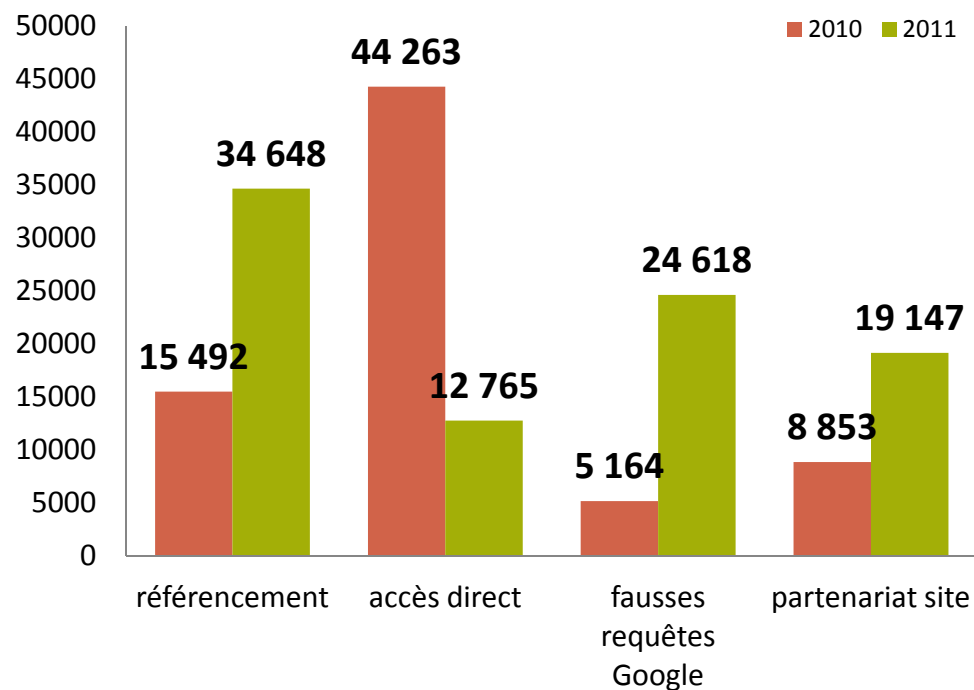
Sources du trafic

par trimestre en 2011

Évolution de la répartition des sources de trafic entre 2010 et 2011



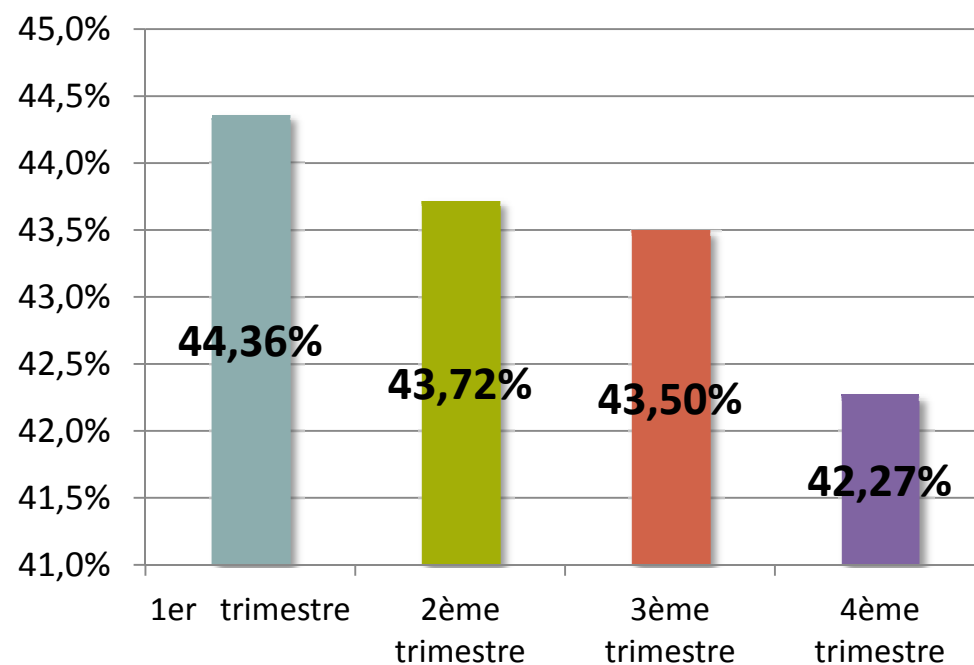
■ référencement ■ accès direct
■ fausses requêtes Google ■ partenariat site



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

4^{ème} trimestre 2011

*Pourcentage des visites commençant
par la page d'accueil*



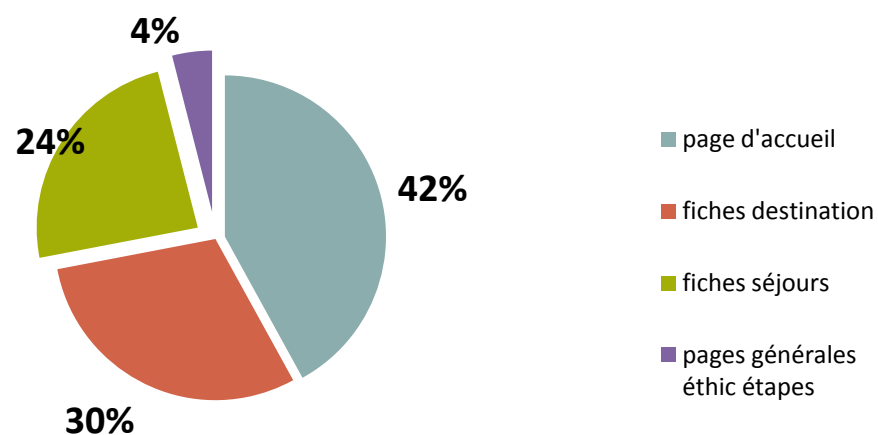
La part des visites commençant par la page d'accueil diminue

Les internautes accèdent davantage directement sur une page intérieure au site (fiche destination, fiche séjour...)

Les principales pages d'entrée du site

4^{ème} trimestre 2011

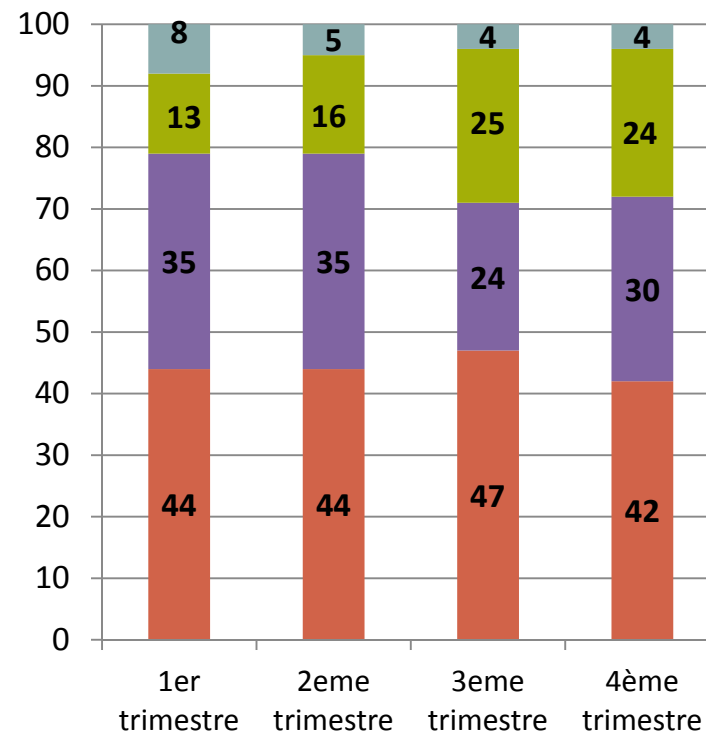
Les pages d'entrée
au 4^{ème} trimestre 2011



La part des visites commençant par la page d'accueil diminue

Les internautes accèdent davantage directement sur une page intérieure au site (fiche destination, fiche séjour...)

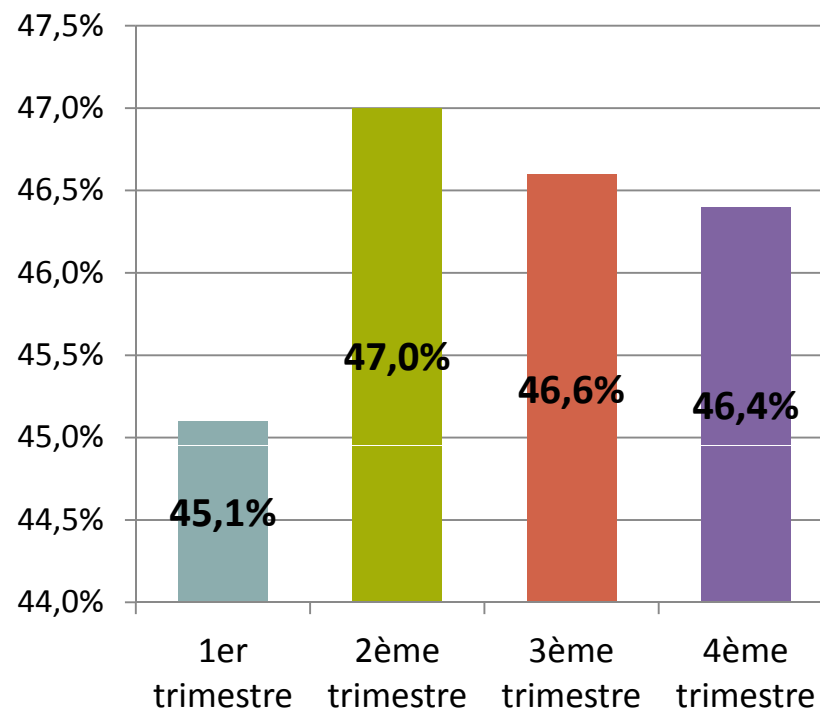
Evolution des pages d'entrée
en 2011



L'évolution du taux de rebond

4^{ème} trimestre 2011

Pourcentage de rebond sur le site

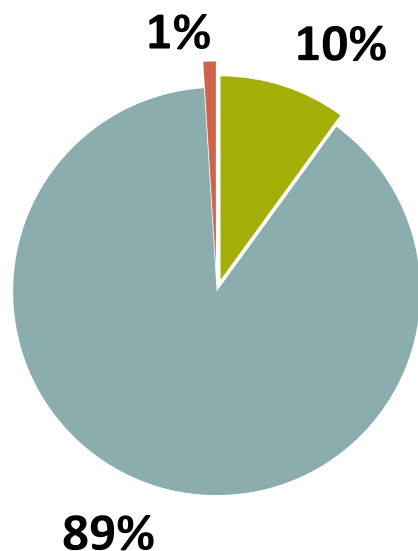


Malgré la mise en ligne des versions étrangères, le taux de rebond diminue légèrement

Les principales pages de sortie

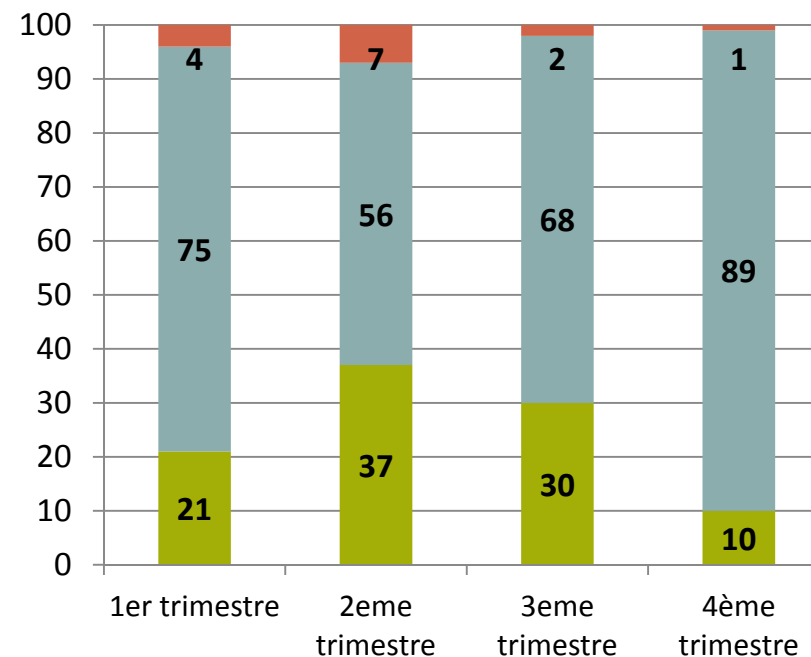
4^{ème} trimestre 2011

Les 100 pages ayant le plus haut taux de sortie au 4^{ème} trimestre 2011



- fiches destination
- fiches séjours
- pages générales éthic étapes

Analyse des 100 pages ayant le plus haut taux de sortie en 2011



- pages destinations
- pages séjours
- pages générales



Les 20 pages les plus consultées

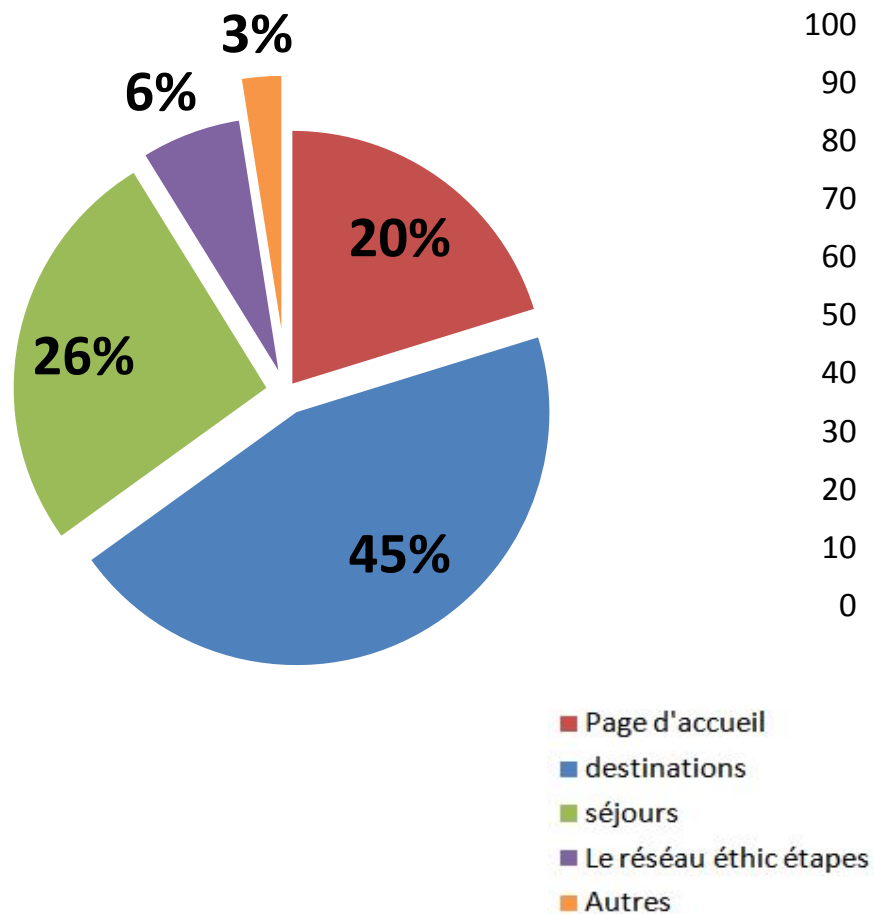
4^{ème} trimestre 2011

1	Page d'accueil	11	Destination montagne
2	Destination ville	12	Fiche destination Aubervilliers
3	Fiche destination Paris – RIP	13	Résultats de recherche 'groupes enfants et scolaires'
4	Fiche destination Paris – BVJ	14	Destination campagne
5	Fiche destination Paris – FIAP	15	Fiche destination Blois
6	Résultats de recherche 'les séjours scolaires'	16	Fiche destination Angers
7	Résultats de recherche 'indiv. et familles'	17	Recherche interne
8	Toutes les destinations éthic étapes	18	Fiche destination Hendaye
9	Destination éthic étapes à Paris	19	Résultats de recherche 'réunions et séminaires'
10	Destination mer	20	Résultats de recherche 'groupes adultes'

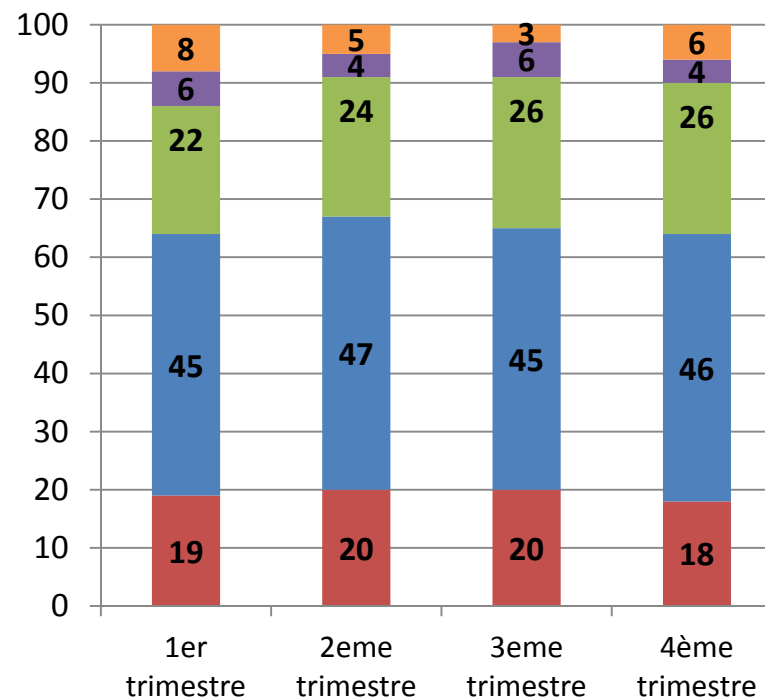
Pages les plus consultées par chapitre

4^{ème} trimestre 2011

Pages les plus consultées au 4^{ème} trimestre 2011

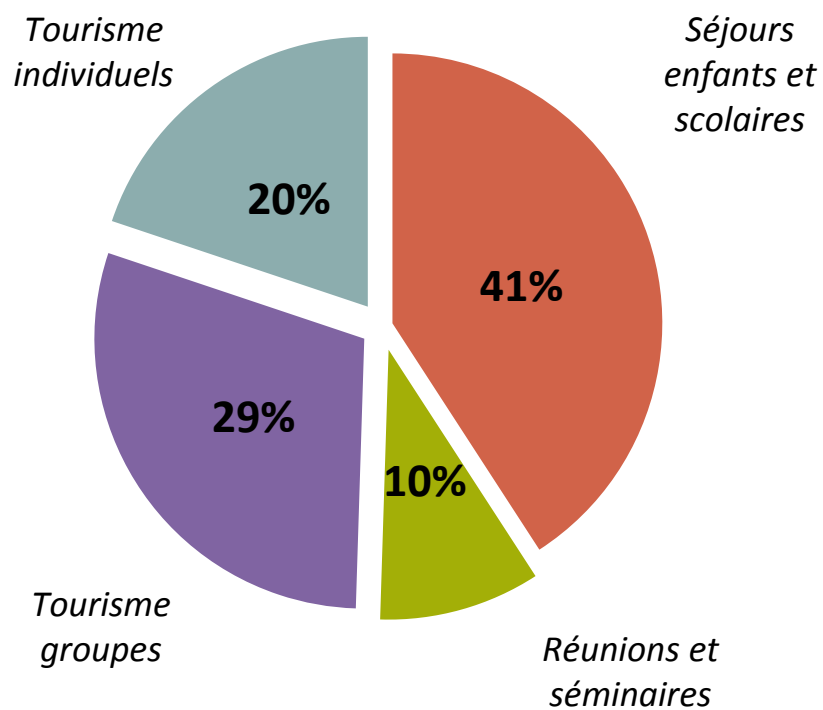


Évolution des pages les plus consultées en 2011

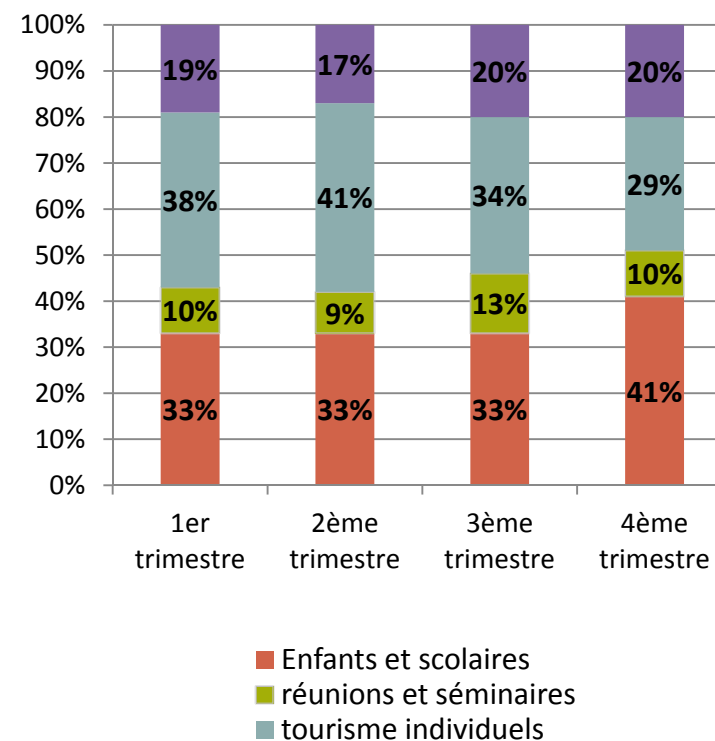


Produits les plus consultés sur le site (par gamme)

4^{ème} trimestre 2011

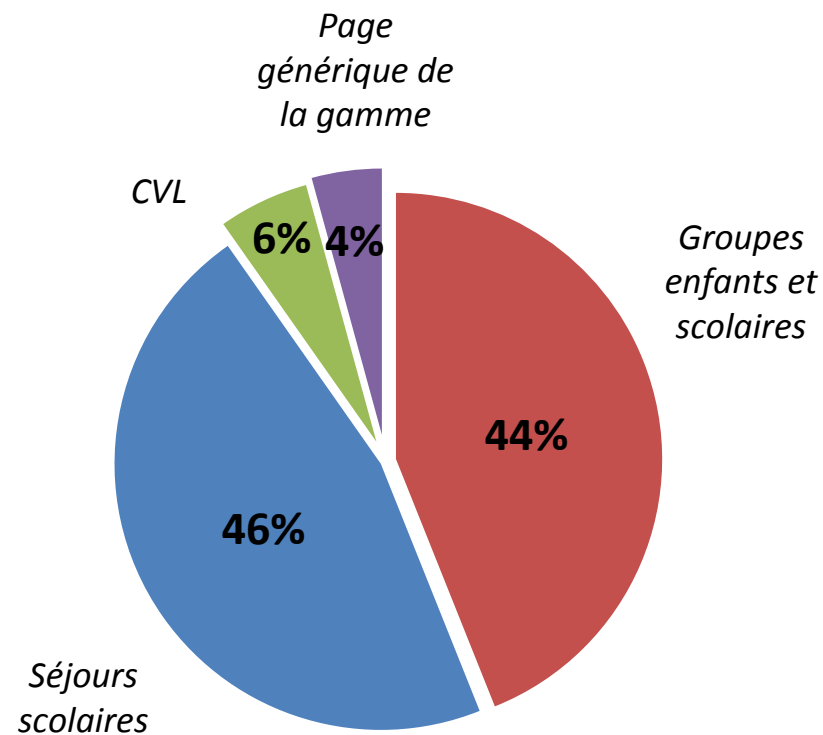


Évolution de la consultation des produits éthic étapes

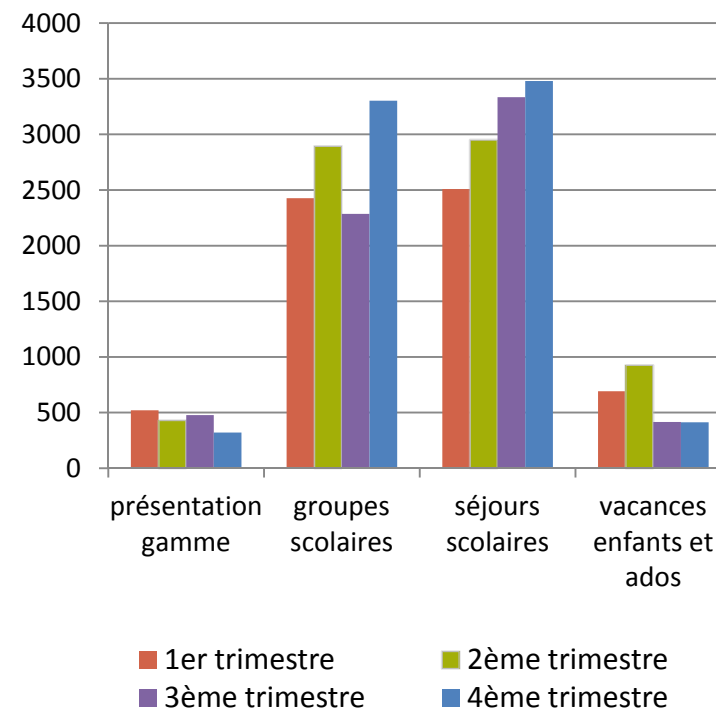


Consultations des séjours 'moins de 18 ans'

4^{ème} trimestre 2011



Évolution de la consultation des produits enfants et scolaires

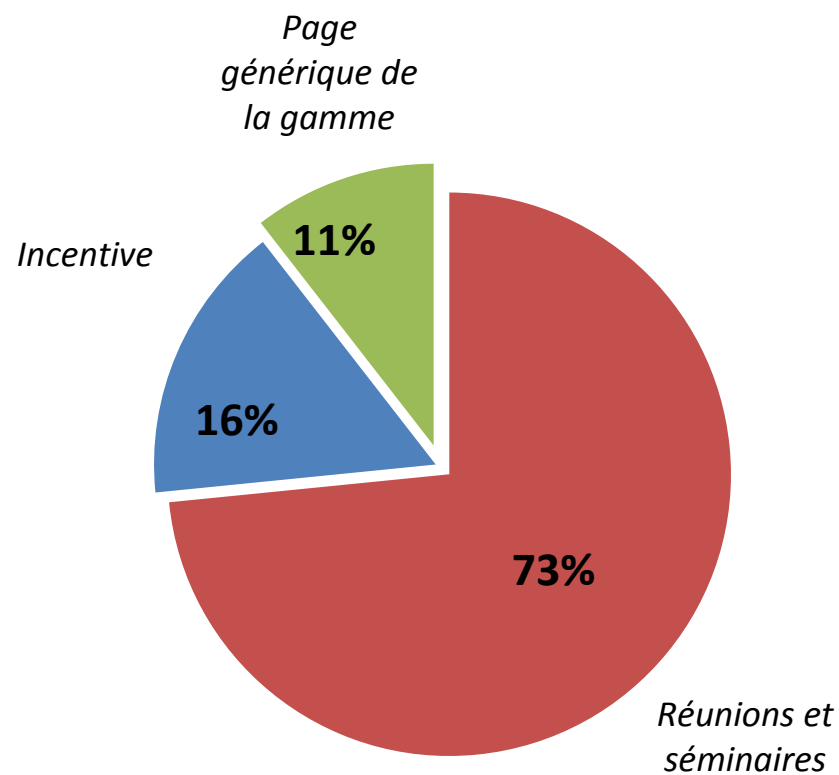


En ligne fin 2011

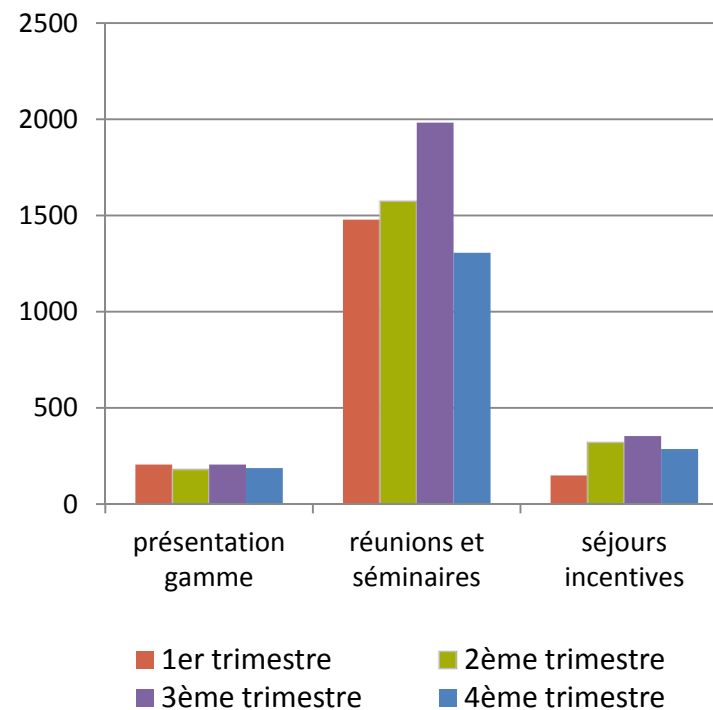
- 42 groupes enfants et scolaires
 - 137 classes de découverte
 - 14 cvl

Consultations des séjours 'réunions et séminaires'

4^{ème} trimestre 2011



Évolution de la consultation des produits réunions et séminaires

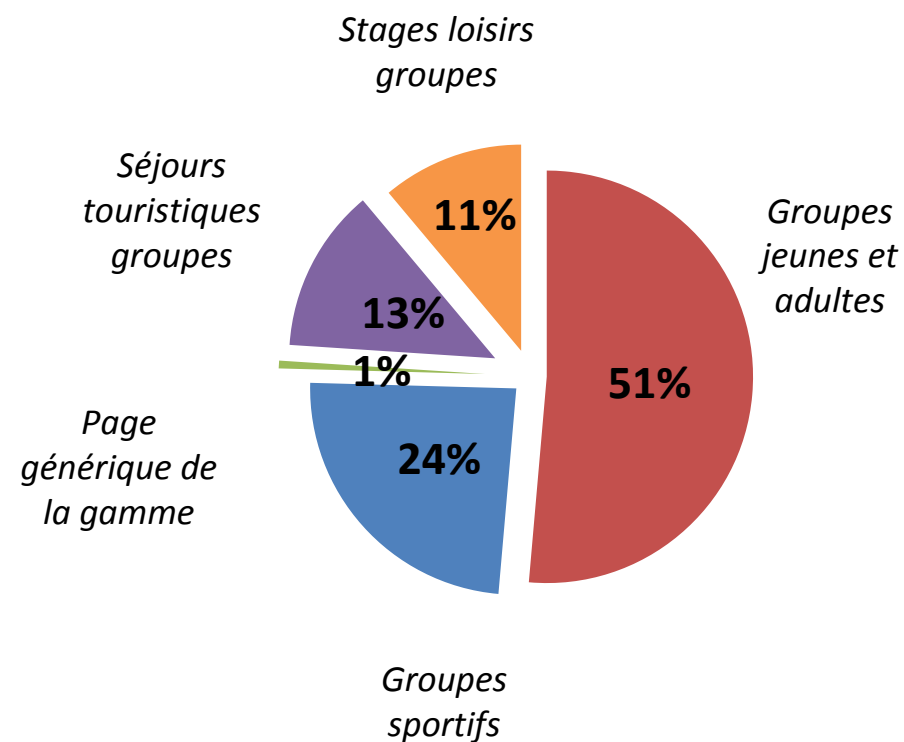


En ligne

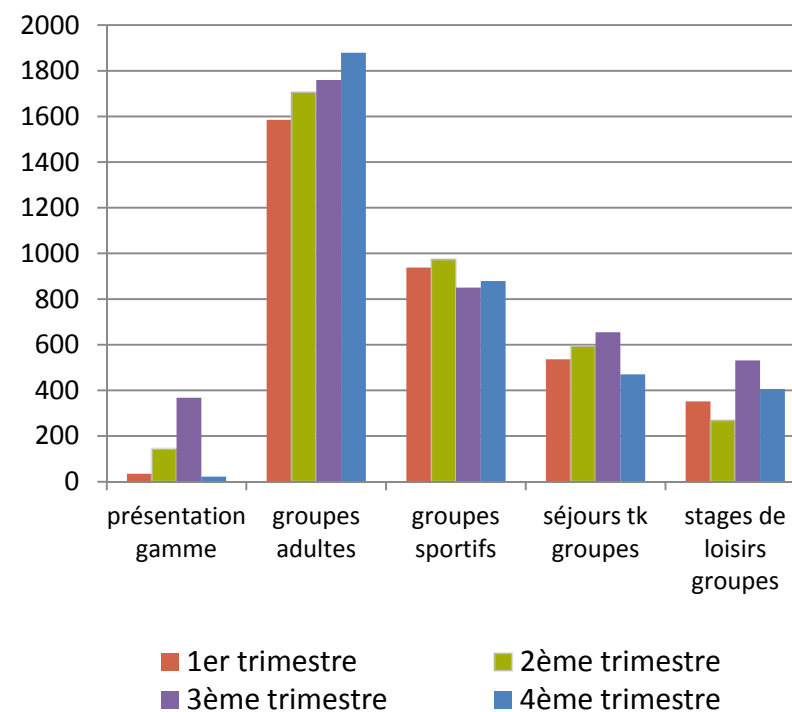
- 34 réunions et séminaires
- 12 incentives

Consultations des séjours 'tourisme groupes'

4^{ème} trimestre 2011



Évolution de la consultation des produits groupes

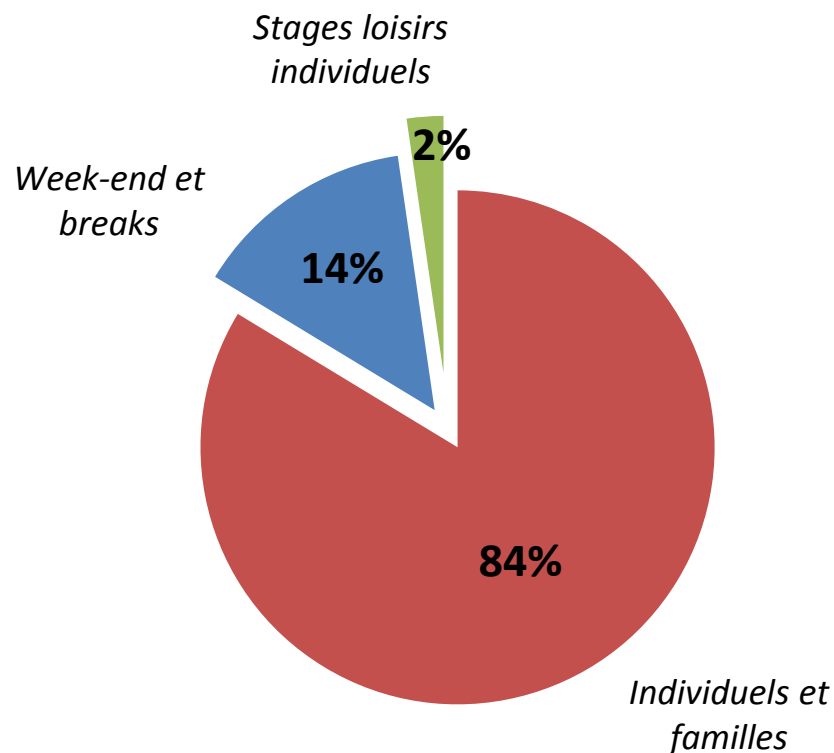


En ligne

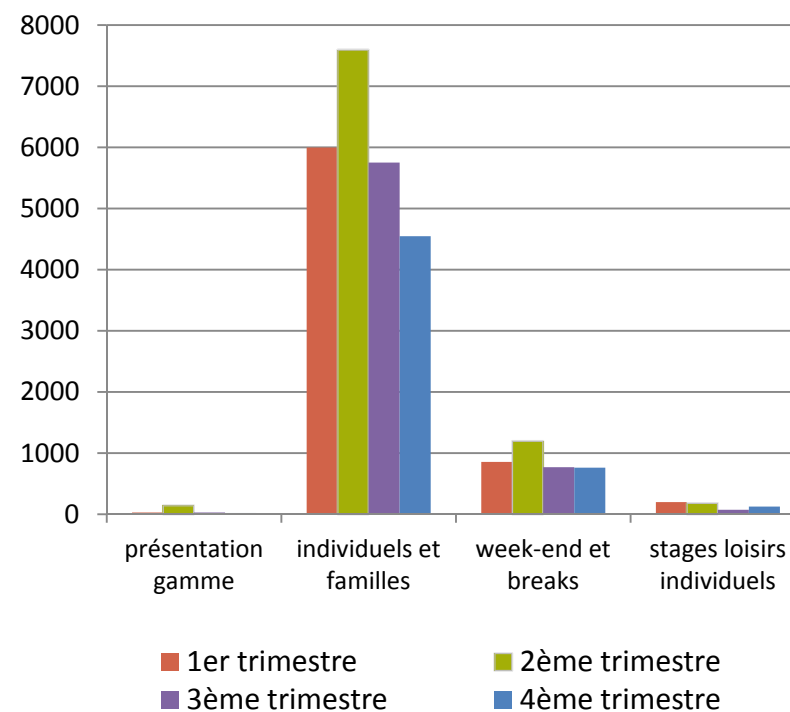
- 44 groupes adultes
- 36 groupes sportifs
- 215 séjours touristiques groupes
- 21 stages loisirs groupes

Consultations des séjours 'tourisme individuels'

4^{ème} trimestre 2011



Évolution de la consultation des produits individuels

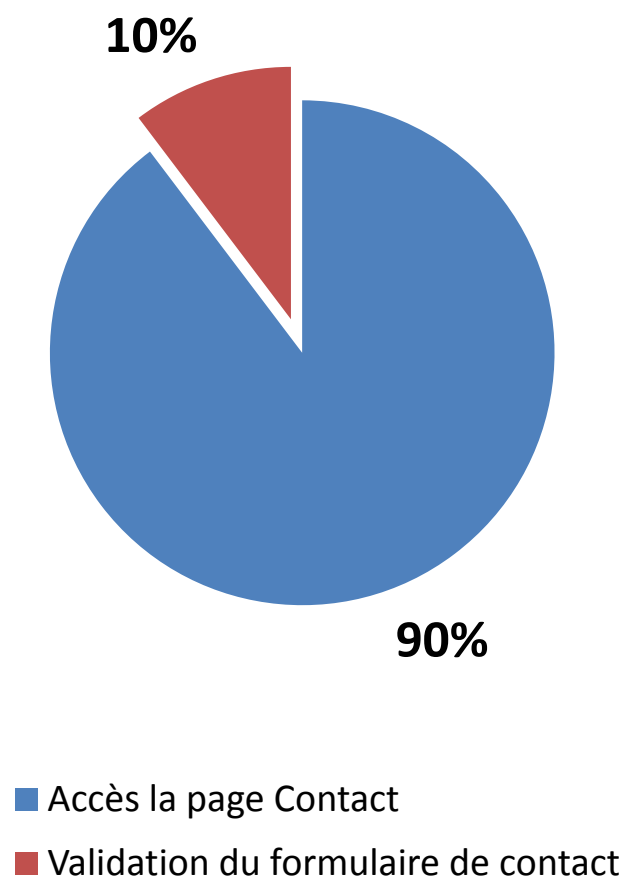


En ligne

- 36 individuels et familles
- 113 short breaks – week-end et breaks
- 2 stages loisirs individuels

Nombre de formulaires 'Contact général' validés

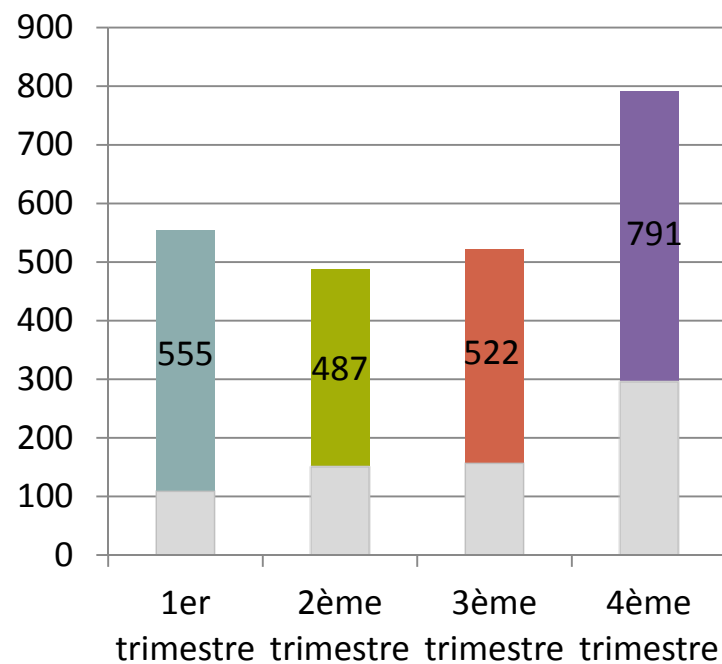
4^{ème} trimestre 2011



Le pourcentage de visiteurs validant ce formulaire reste très faible

Nombre total de 'Contacts'

4^{ème} trimestre 2011

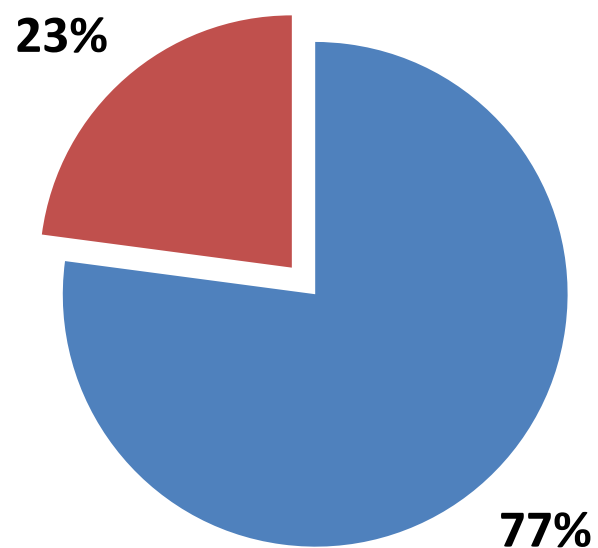


**2 355 contacts générés
depuis le site en 2011**

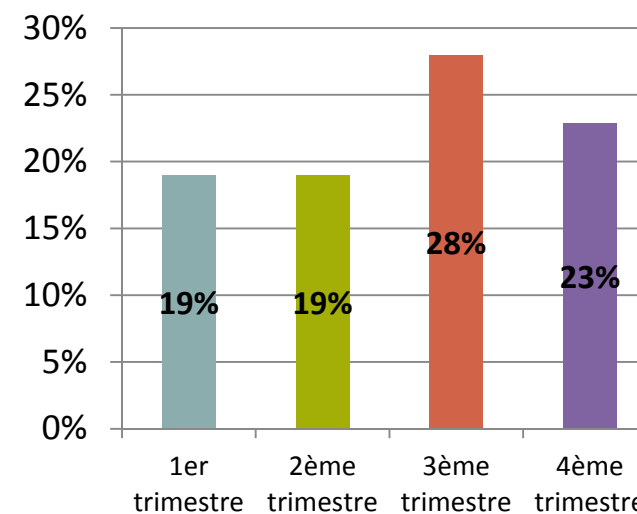
+ 330% par rapport à 2010

Nombre de formulaires 'inscription newsletter' validés

4^{ème} trimestre 2011



- Accès la page "inscription Newsletter"
- Validation du formulaire newsletter





éthic étapes

nous hébergeons vos passions
havens for your passions



-- 2 --

LES OBJECTIFS FIXÉS POUR FIN 2011

Rappel des objectifs pour fin 2011

- + 15% de visiteurs uniques par rapport à 2010
- + 15% des visites par rapport à 2010
- 40% des visites provenant d'un moteur de recherche (contre 17% en 2010)
- + 50% de réservations en ligne par rapport à 2010
- 30% de validation du formulaire « inscription newsletter » contre 16% au 1^{er} trimestre 2011
- Mise en ligne des 49 éthic étapes dans la rubrique « accueil de groupes »
- Évolution du nombre de pages vues dans la partie
 - > « enfants et adolescents »
 - > « réunions et incentives »
 - > « séjours groupes adultes »
 - > « séjours individuels »
- Indexation des HP thématiques dans la base de données de Google

Objectif 1 : Nombre de visiteurs uniques

■ Point de repère:

> 65 264 visiteurs en 2010

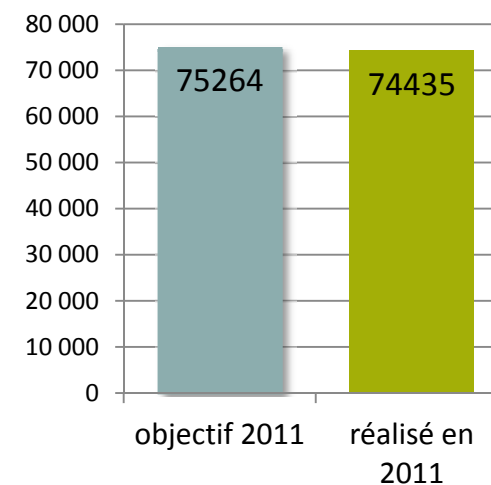
■ Réalisé fin 2011

> 74 435 visiteurs en 2011, soit une hausse de 14%

■ Raisons:

- > Suppression de plusieurs campagnes newsletter
- > Suppression de plusieurs campagnes emailing

+ 15%
par rapport à 2010
(+ 10 000 visiteurs)



Objectif 2 : Nombre de visites

- Point de repère:

- > 73 771 visites en 2010

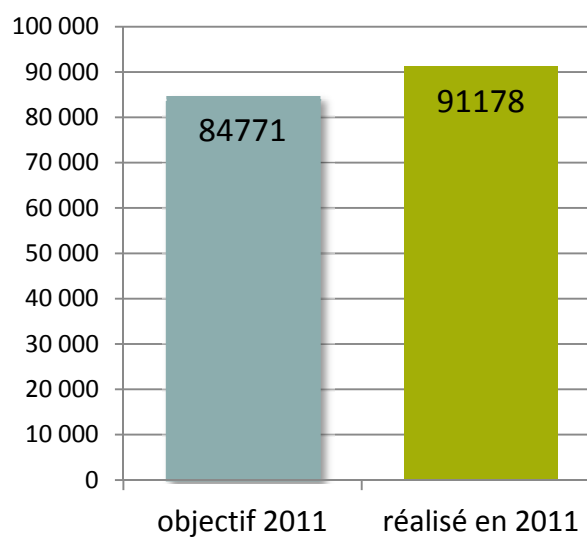
+ 15%

par rapport à 2010

(+ 11 000 visites)

- Réalisé fin 2011

- > 791178 visites en 2011, soit une hausse de 24%



Objectif 3 : Nombre de visites provenant des moteurs de recherche

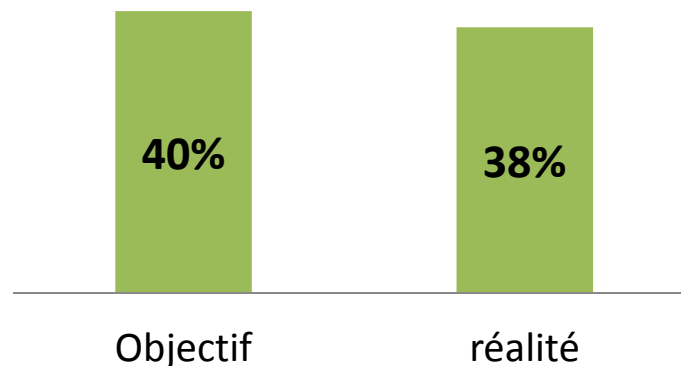
■ Point de repère:

- > En 2010, 17% des visites provenaient d'un moteur de recherche

Réalisé fin 2011

- > En 2011, 38% des visites provenaient d'un moteur de recherche.
- > Au 4^{ème} trimestre, 45% des visites provenaient d'un moteur de recherche.

40%
des visites
provenant d'un
moteur de recherche
(hors fausses requêtes)

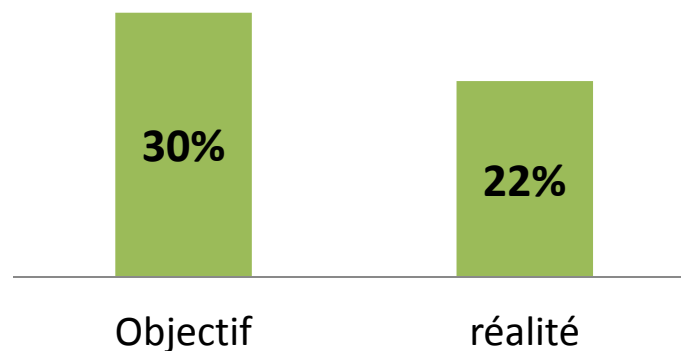


Objectif 5 : Inscription à la newsletter

■ Réalisé en 2011

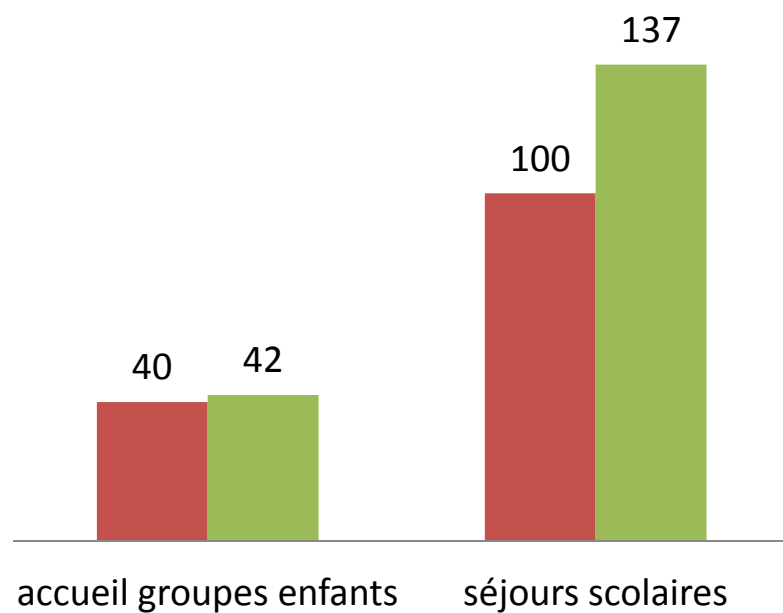
- > En 2011, 22% des internautes accédant à la page d'inscription à la newsletter ont validé le formulaire.

30%
des visiteurs
accédant à la page
newsletter qui
valident le
formulaire
l'inscription

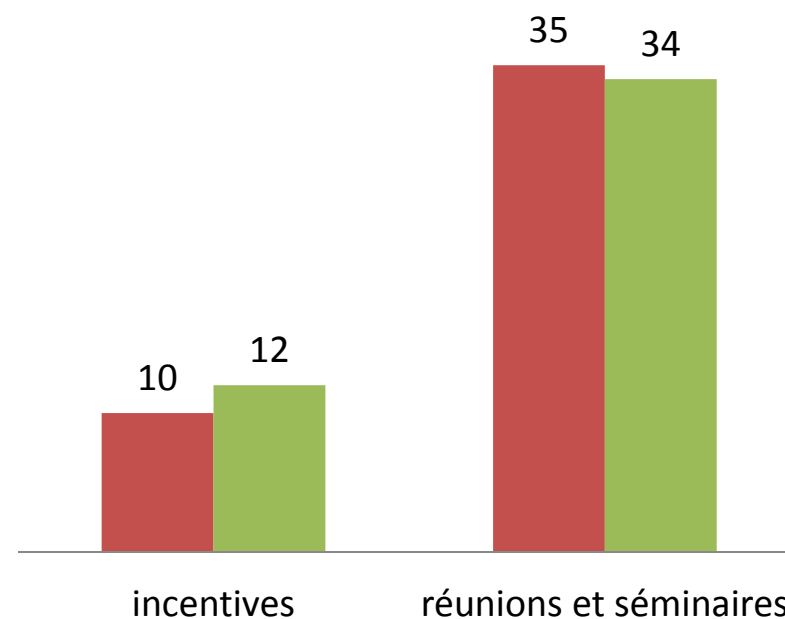


Objectif 6 : Mise en ligne des séjours

■ enfants et adolescents:



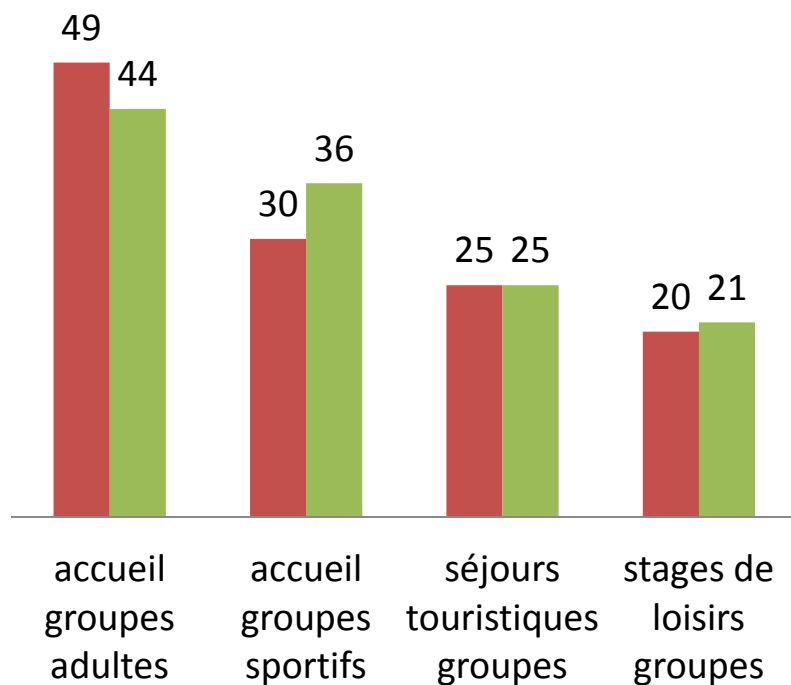
■ réunions, séminaires et incentives



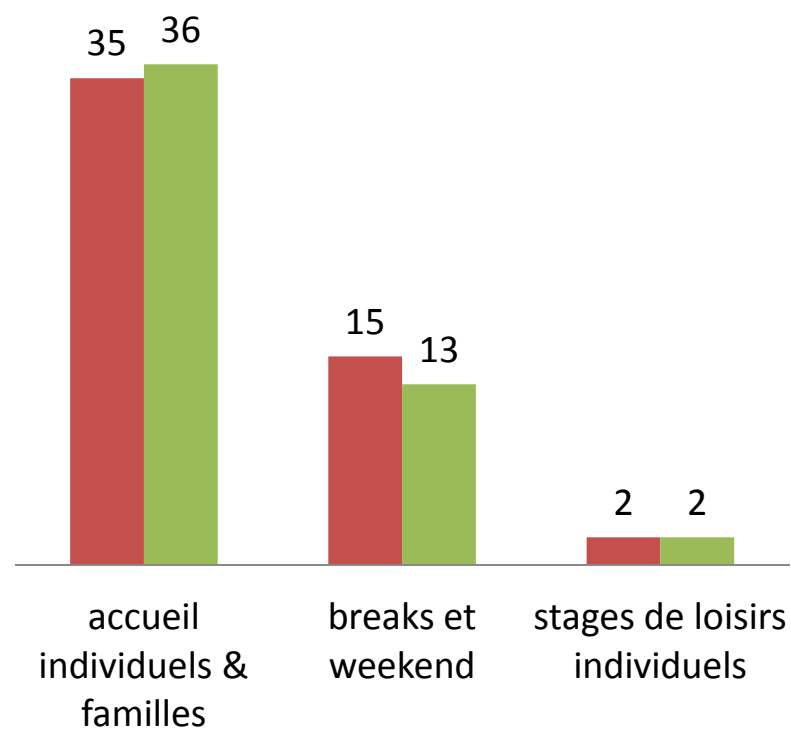
■ Objectif 2011 ■ fin 2011

Objectif 6 : Mise en ligne des séjours

■ tourisme / groupes



■ tourisme / individuels



■ Objectif 2011 ■ fin 2011

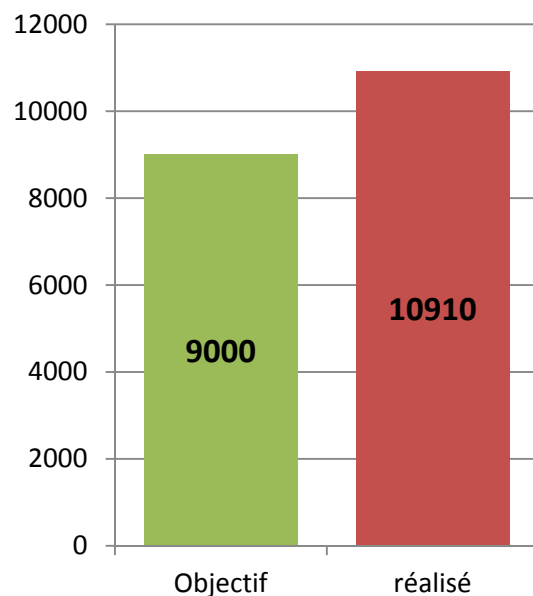
Objectif 7 : Consultation des séjours « enfants et adolescents »

■ Objectifs:

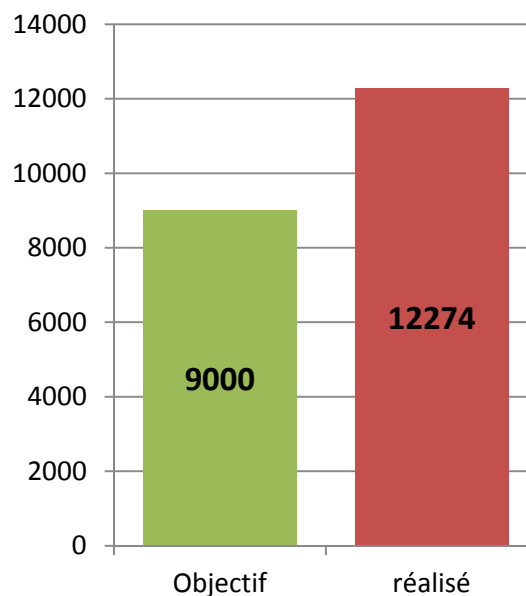
- > Accueil d'enfants et adolescents: 9 000 pages vues
- > Séjours scolaires: 9 000 pages vues
- > Vacances d'enfants et ados: 2 800 pages vues

■ Analyse fin 2011:

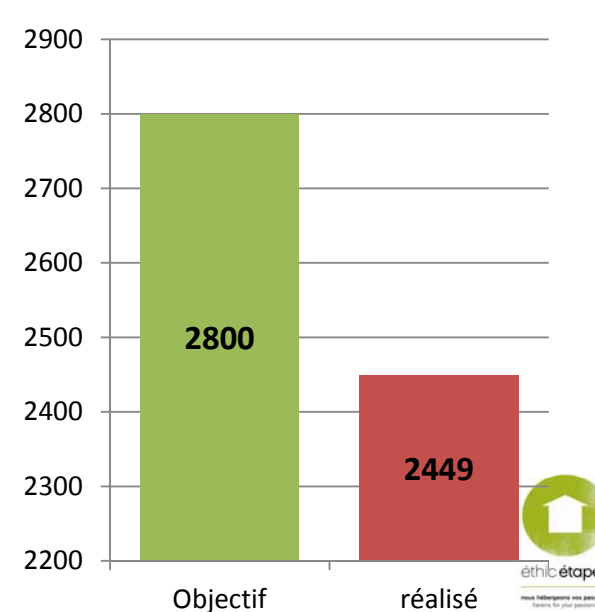
Accueil d'enfants et adolescents



Séjours scolaires



Vacances d'enfants et ados

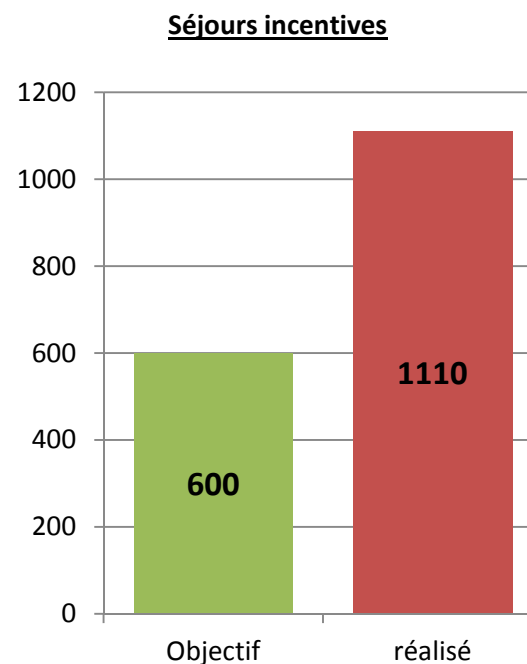
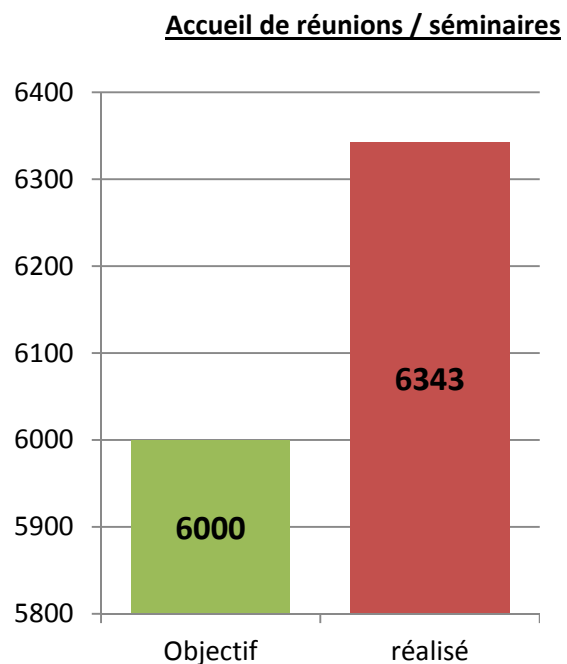


Objectif 8 : Consultation des séjours «Réunions, incentives »

■ Objectifs:

- > Accueil de réunions / séminaires: 6 000 pages vues
- > Incentives: 600 pages vues

■ Analyse 1^{er} semestre:

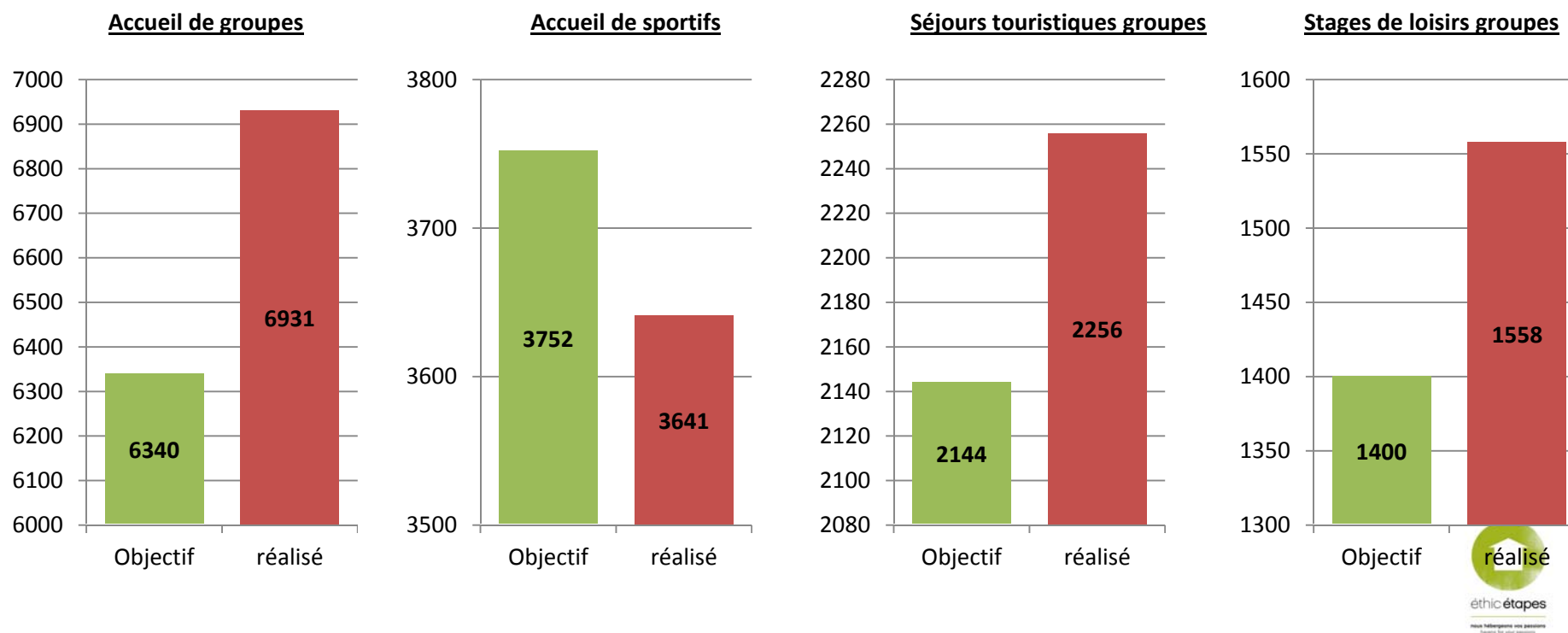


Objectif 9 : Consultation des séjours « séjours groupes adultes »

■ Objectifs:

- > Accueil de groupes: 6 340 pages vues
- > Séjours tk groupes: 2 144 pages vues
- > Accueil de sportifs: 3 752 pages vues
- > Stages de loisirs groupes: 1 400 pages vues

■ Analyse fin 2011:



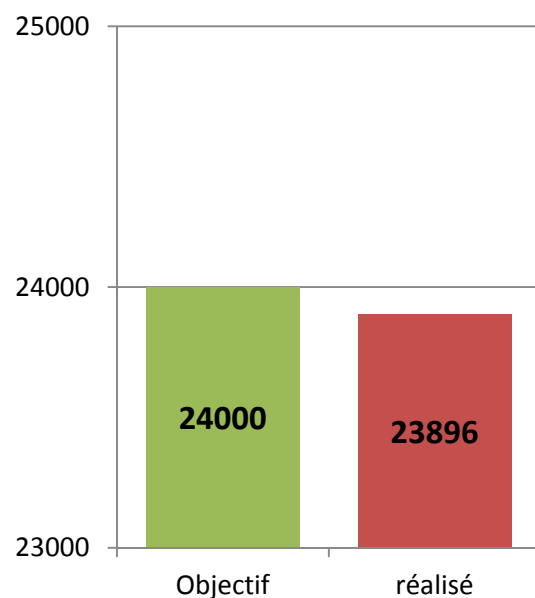
Objectif 10 : Consultation des séjours « séjours individuels »

■ Objectifs:

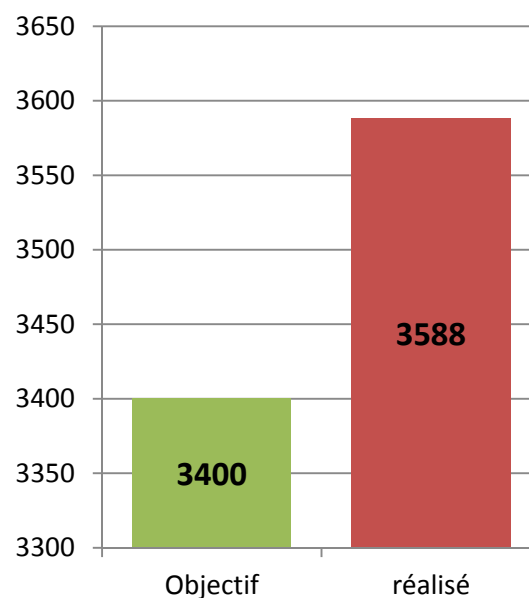
- > Accueil d'individuels et familles: 24 000 pages vues
- > Week-end et breaks (short breaks) : 3 400 pages vues
- > Stages de loisirs individuels: 800 pages vues

■ Analyse fin 2011:

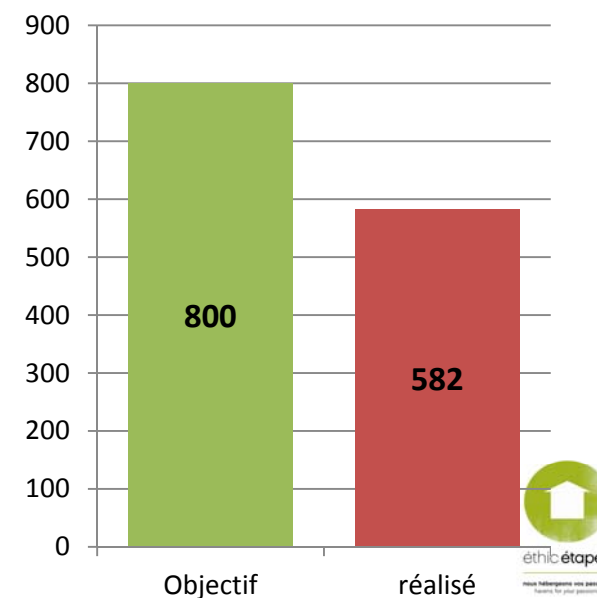
Accueil d'individuels et familles



Séjours week-end et breaks



Stages de loisirs individuels





éthic étapes

nous hébergeons vos passions
havens for your passions



MERCI
DE VOTRE ATTENTION