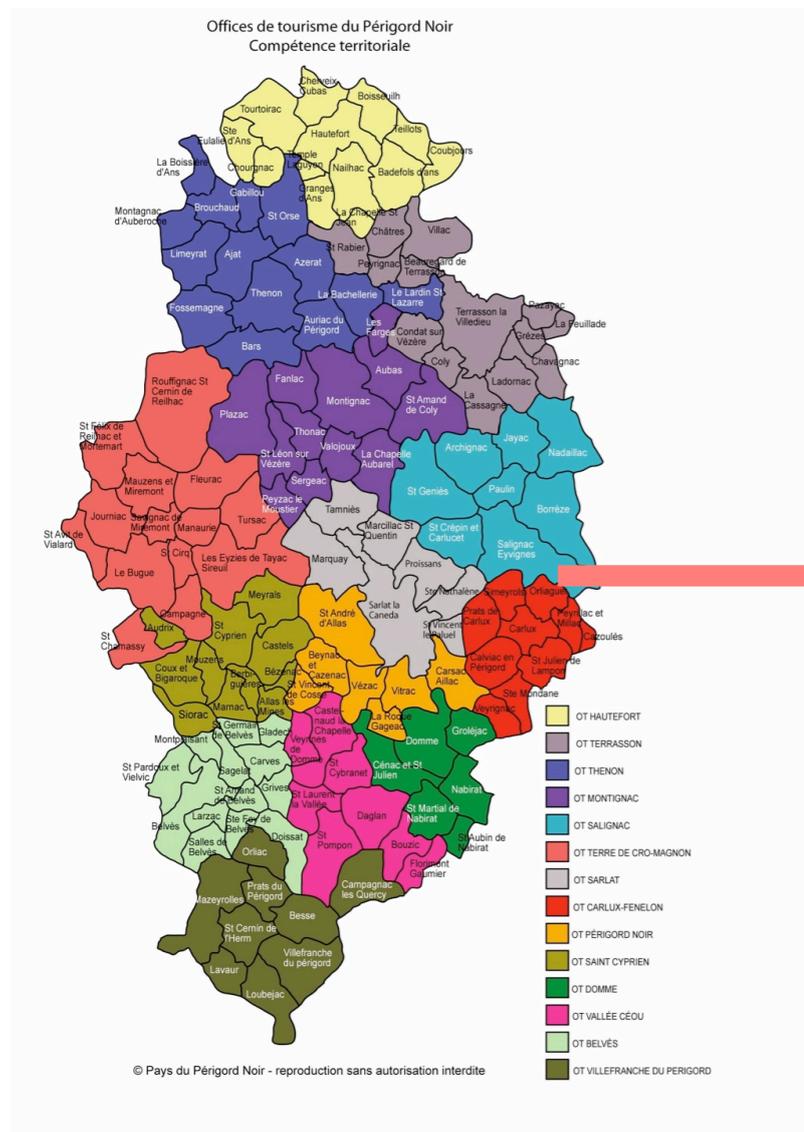


# Utilisation des statistiques

---

L'exemple du site <http://www.perigordnoir.com>

# Le site



Bases de données



15 offices de  
tourisme

Sirtaqui + base  
tampon

Site portail  
www.perigordnoir.com

# Utilisation quotidienne

---

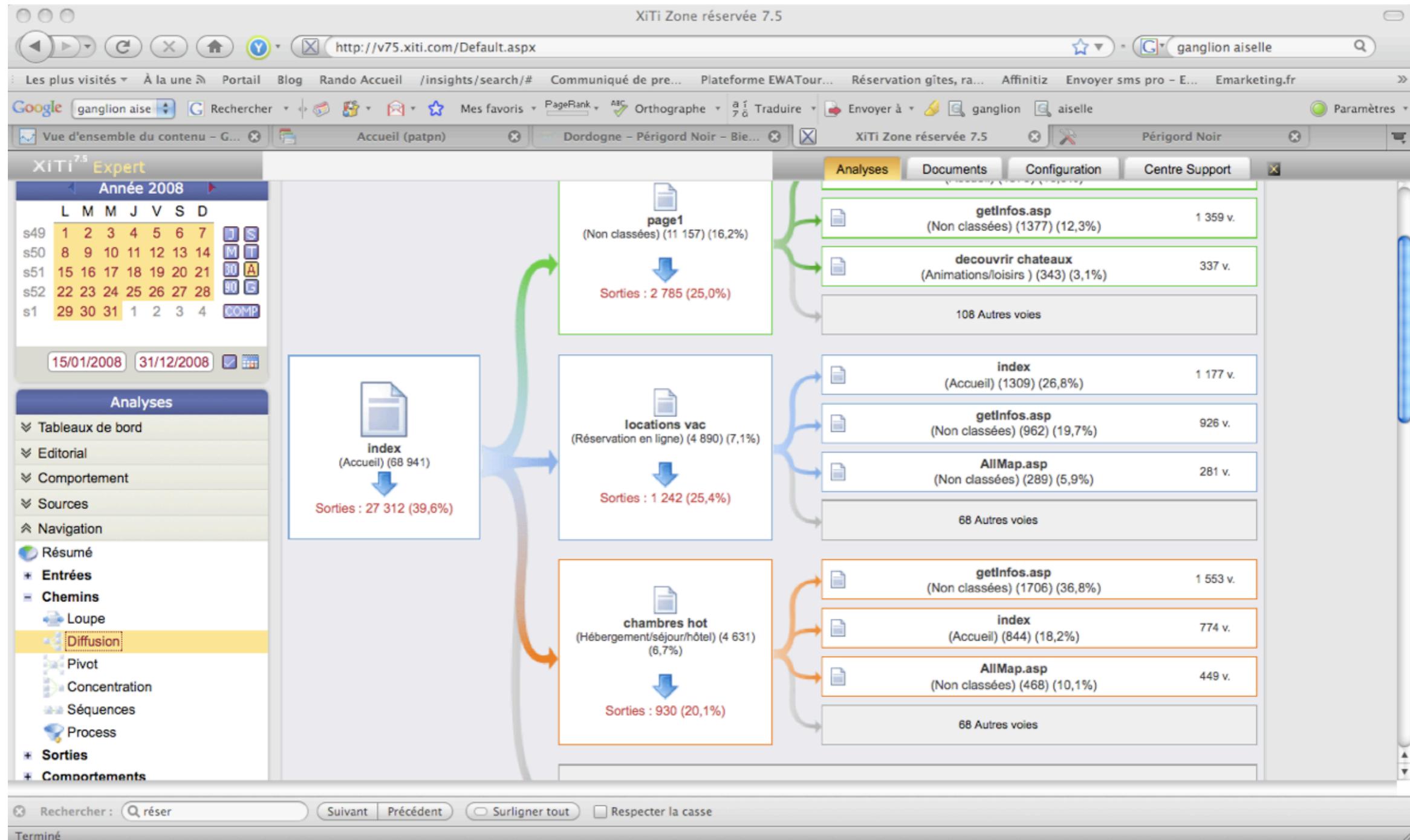
- Lecture des indicateurs basiques avec Xiti Pro et Google analytics :
  - nombre de visites,
  - de pages vues,
  - de visites entrantes / taux de rebond.
- Cela permet de détecter les éventuelles “anomalies”.

# Utilisation hebdomadaire

---

- Page d'accueil :
  - Taux de rebond : seuil alerte > à 25% => analyse du chemin (xiti) ; synthèse du site (google) ; % nouveaux visiteurs.
  - Objectif : mieux cibler les infos à changer, voire envisager un nouveau modèle de page d'accueil ;
  - Constat qui pourrait mener à un changement => comportement spécifique des internautes "V.S.D" qui pourrait amener à créer une page d'accueil spécifique ? Seule une analyse poussée pourra le déterminer.

# Xiti analyse du chemin depuis la page d'accueil



# Google synthèse données/site



	Le Périgord Noir	A découvrir	Loisirs de plein air	Sortir, se divertir	Se loger
<p>1,0 %</p> <p>5,7 % IMAGES</p> <p>0,0 % LE VOYAGE</p> <p>1,5 %</p> <p>4,7 % LES</p> <p>0,8 % VENIR ?</p> <p>0,8 % LES-NOUS ?</p>	<p>0,5 % en ligne</p> <p>0,0 % saison</p> <p>0,5 % ours</p> <p>0,6 % gastronomie</p> <p>0,6 % tente</p> <p>0,5 % nantiques</p> <p>0,4 % ure</p> <p>0,4 % tifs</p> <p>&gt; 0,0 % oupes</p> <p>0,0 %</p>	<p><b>Agenda</b></p> <p>A SARLAT-LA-CANEDA le 13/03/2009 0,1 %</p> <p>A LE LARDIN-SAINT-LAZARE le 13/03/2009 0,0 % JSV Rugby</p> <p>A THENON le 13/03/2009 Collecte d'objets anciens pour exposition dans le cadre du projet Culture "Regards sur la vie &gt; 0,0 % n siècle à un autre"</p> <p>+ 1,5 % les manifestations à venir</p> <p><b>Carte interactive</b></p> <p>3,3 %</p>	<p><b>Affaire de la semaine</b></p> <p>0,7 %</p> <p>Ferme Goulet 1</p> <p>* Grand corps de ferme avec piscine privée (ouverte à partir du 15/04) et clôturée, à partager entre 2 gîtes (10 x 5 m - prof : 1,20 à 1,85 m) pouvant se louer e [...]</p> <p>0,7 % +</p>	<p><b>Coup d'oeil</b></p> <p>2,4 %</p> <p>2,0 %</p> <p>1,1 % d'hôtes</p> <p>4,1 %</p> <p>0,7 % de vacances</p> <p>0,0 % Villages vacances</p> <p><b>Réservation en ligne</b></p> <p>Réserver directement en ligne votre location de vacances dans le Périgord Noir.</p> <p>0,0 % +</p>	

# Utilisation mensuelle

---

- Mise à jour des grands indicateurs pour le tableau de bord quantitatif annuel (xiti) :
  - Visiteurs cumulés ;
  - Nombre de pages vues ;
  - Sources ;
  - Origines géographiques ;
- Répartition des visites par chapitre de l'observatoire Régional (niveau 2 de xiti) : hébergement, animation et loisirs, etc...

# Optimiser le référencement & le contenu ?

---

- Utiliser Google Analytics et Xiti pour insister sur les mots clefs générant le plus de trafic en complément avec <http://google.com/insights/search/#> ;
- Mais aussi identifier les mots clefs générant des visites plus qualifiées celles avec un faible taux de rebond et beaucoup de pages vues ;
- Optimiser le contenu. La lecture des stats par mot-clef peut aussi permettre de déceler des points d'effort pour le contenu du site.

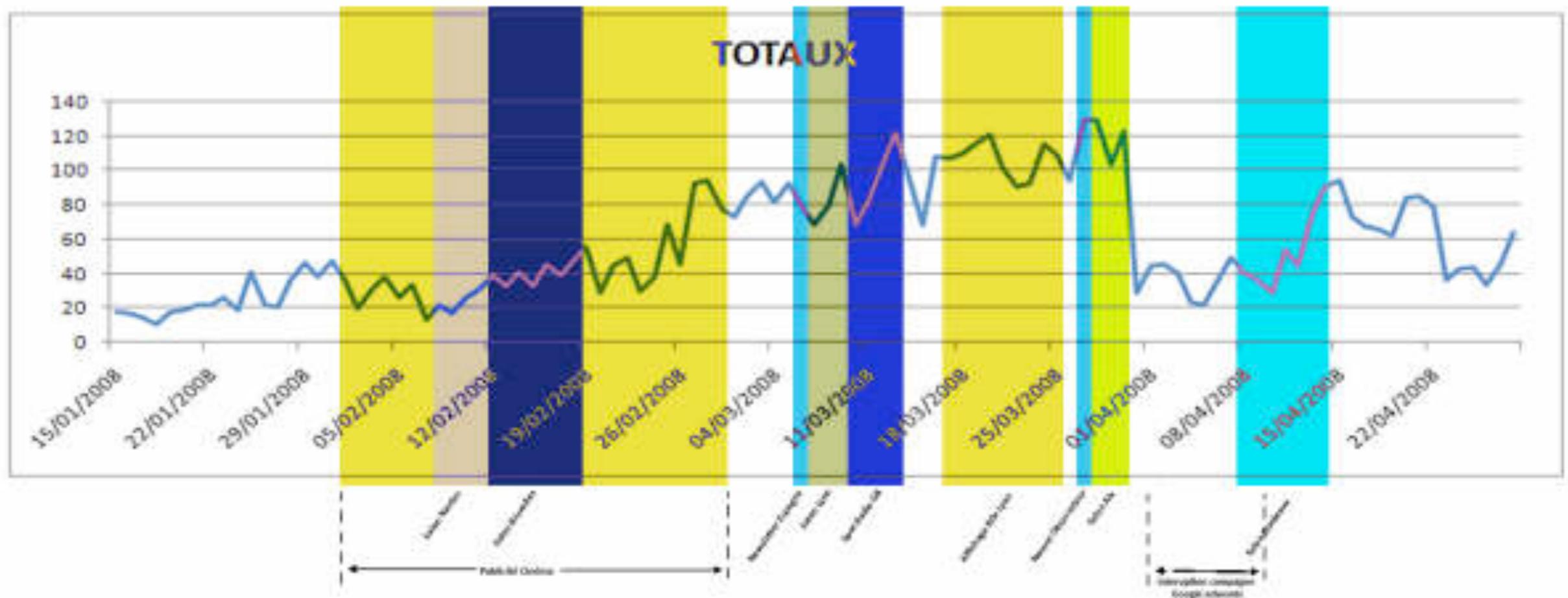
# Analyser l'impact réel des campagnes adwords

---

- Au delà des informations nombreuses et très riches d'adwords ;
- Vérifier simplement si le nombre de nouvelles visites générées par une campagne est supérieur à la moyenne du site ;
- Vérifier le taux de rebond des annonces et des mots-clefs.

# Mesure des résultats des campagnes hors ligne

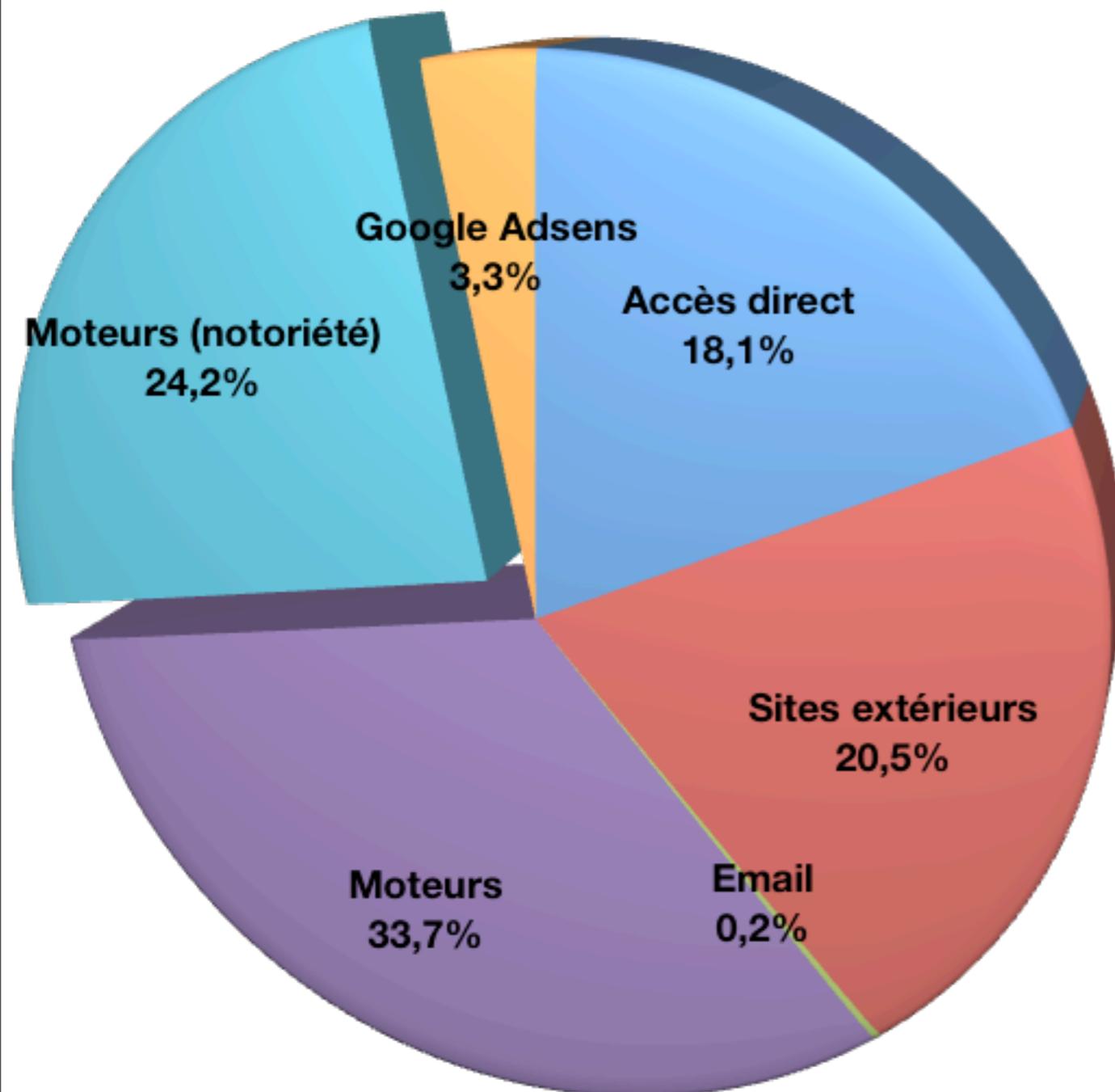
Impact des actions hors ligne sur la fréquentation du site



# Mesurer l'efficacité de la communication globale (Xiti)

---

## Accès au site en 2008



- Mesure de la notoriété : toutes nos campagnes de communication mettent en avant notre marque “Sarlat - Périgord Noir” ;
- En isolant les termes de recherches spécifiques (perigord noir, [www.perigordnoir.com](http://www.perigordnoir.com)...), nous pouvons avoir un élément nous permettant de mesurer en partie le résultat de nos actions.

# Les évolutions nécessaires

---

- Un suivi plus qualifié avec les outils suivants :
  - Objectifs et segments avancés avec analytics ;
  - Degré d'implication avec Xiti ;
- Pour un Pays, au niveau de l'analyse, ne plus observer un site mais un réseau de site ?

# L'analyse statistiques...

## Une vrai problématique et une boite de pandore ?

---

- Chronophage ;
- Compliqué ;
- Très technique ;
- Le ratio entre les avantages et les inconvénients n'est pas forcément en faveur d'une analyse statistique poussée permettant de prendre des décisions stratégiques "en temps réel" ;
- Toutefois l'analyse des statistiques est une donnée fondamentale de la gestion d'un site web ;
- La solution pour l'optimisation d'un site Internet (trafic, contenu, GRC) passe sans doute par le recrutement d'un "trafic manager" en interne ou par une externalisation de ce service.