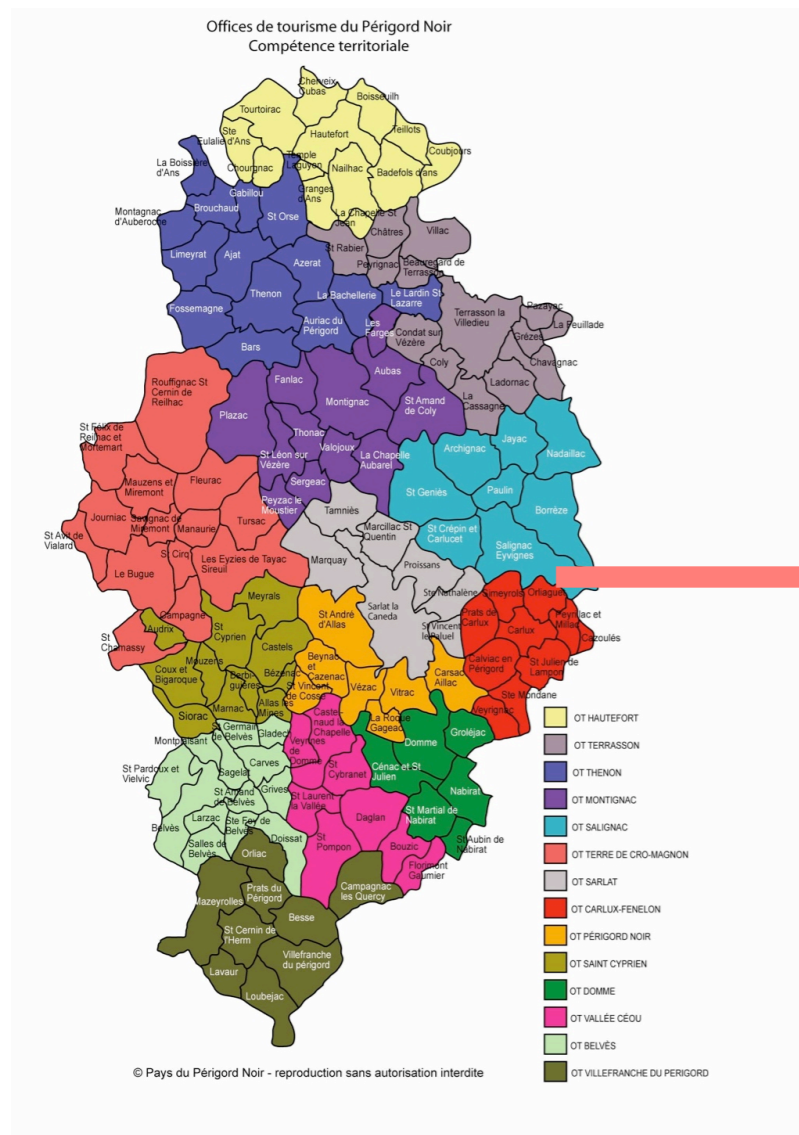


Utilisation des statistiques

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

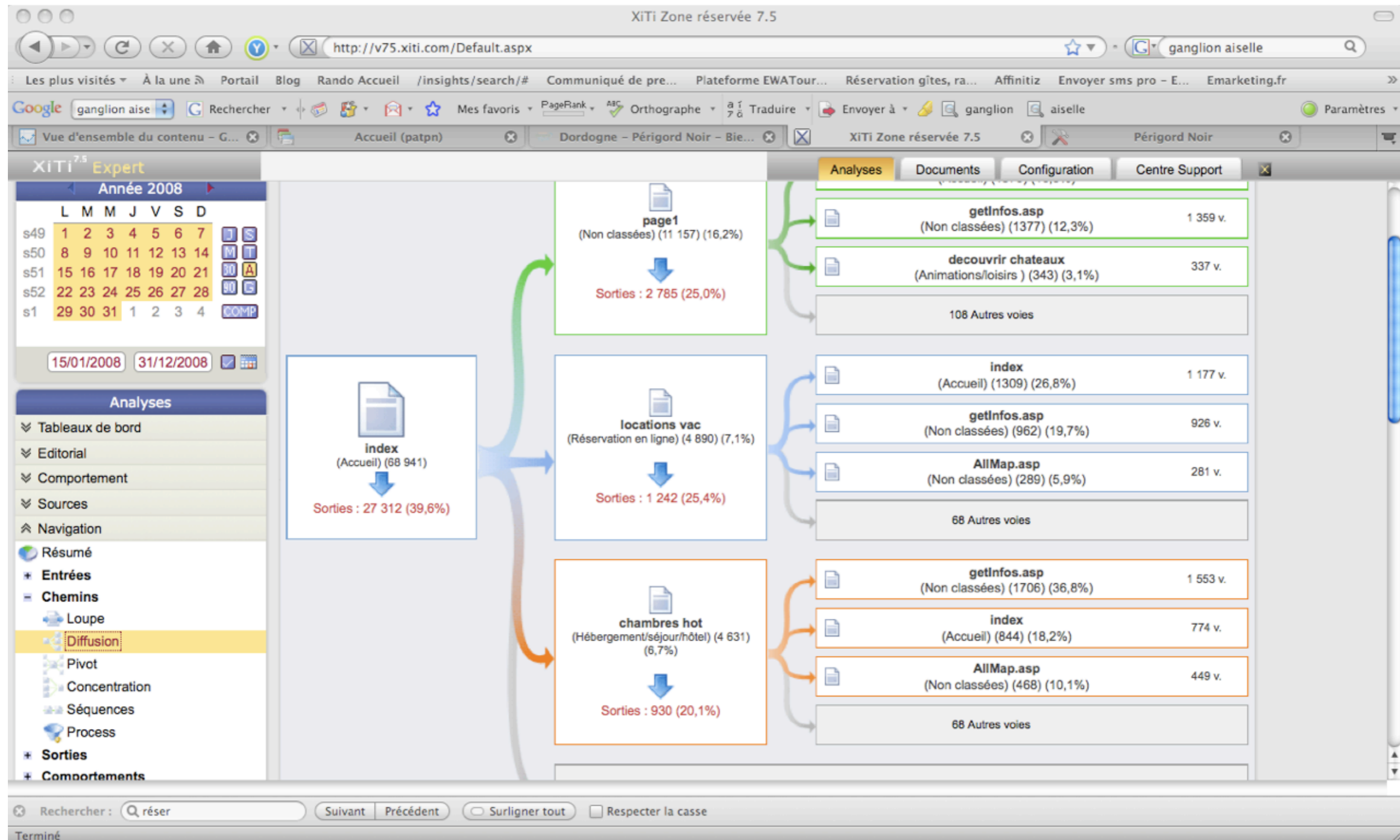
Utilisation quotidienne

- 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



<p>Le Périgord Noir A découvrir Loisirs de plein air Sortir, se divertir Se loger</p>	
<p>5,7% IMAGES</p> <p>0% VOYAGE</p> <p>1,5%</p> <p>4,7% ES</p> <p>0,8% VENIR ?</p> <p>0,8% ES-NOUS ?</p>	<p>1,0%</p> <p>0,5% en ligne</p> <p>0% saison</p> <p>0,5% ours</p> <p>0,6% gastronomique</p> <p>0,6% tente</p> <p>0,5% nantiques</p> <p>0,4% ure</p> <p>0,4% tifs</p> <p>> 0,0% oupes</p> <p>0%</p> <p>Le Pays Touristique du Périgord Noir sur Facebook</p>
<p>Agenda</p> <p>A SARLAT-LA-CANEDA le 13/03/2009 0,1%</p> <p>A LE LARDIN-SAINT-LAZARE le 13/03/2009 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 > 0,0% n siècle à un autre"</p> <p>+ 1,5% les manifestations à venir</p>	<p>Affaire de la semaine</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>Carte interactive</p> <p>3,3%</p>	<p>Coup d'oeil</p> <p>Locations vacances 2,4%</p> <p>Campings - hôtellerie de plein air 2,0%</p> <p>Chambres d'hôtes et d'hôtes 1,1%</p> <p>4,1%</p> <p>de vacances 0,7%</p> <p>Villages vacances 0%</p> <p>Réservation en ligne</p> <p>Réserver directement en ligne votre location de vacances dans le Périgord Noir.</p> <p>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 ?

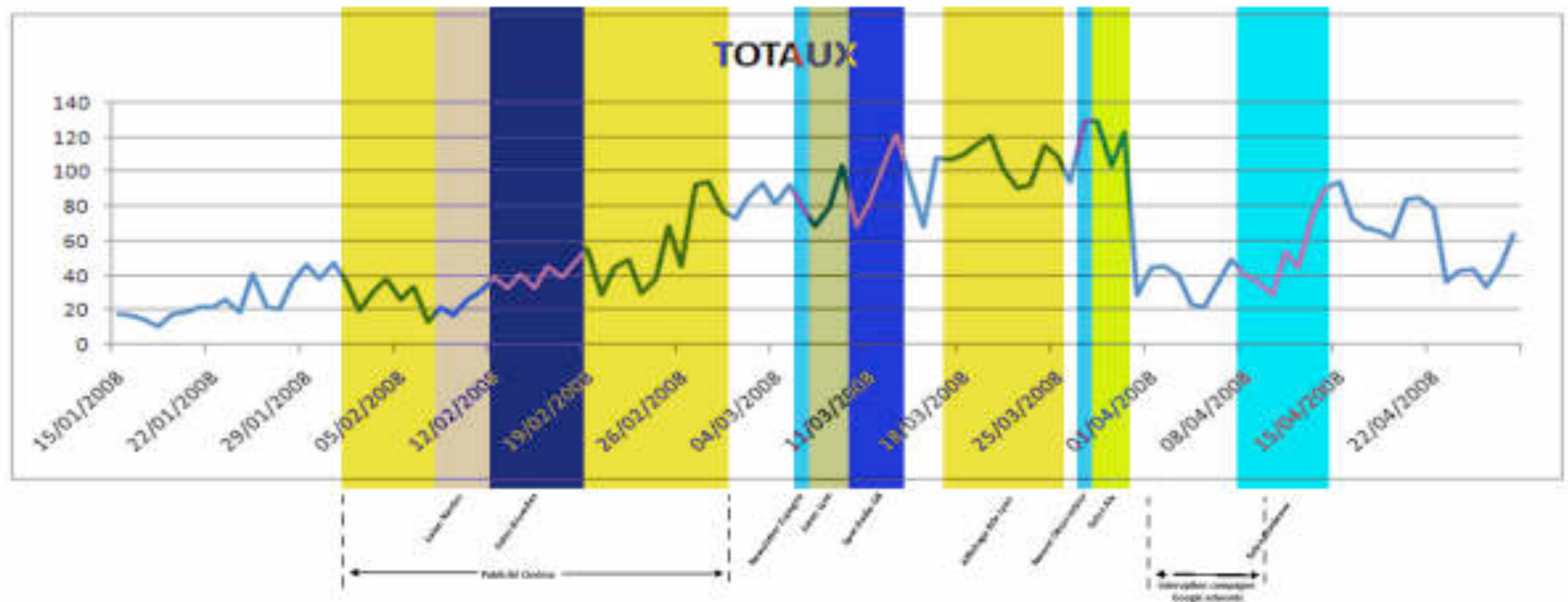
- Utiliser Google Analytics et Xiti pour insister sur les mots clefs générant le plus de trafic en complément avec <http://google.com/insights/search/#> ;
- Mais aussi identifier les mots clefs générant des visites plus qualifiées celles avec un faible taux de rebond et beaucoup de pages vues ;
- Optimiser 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.

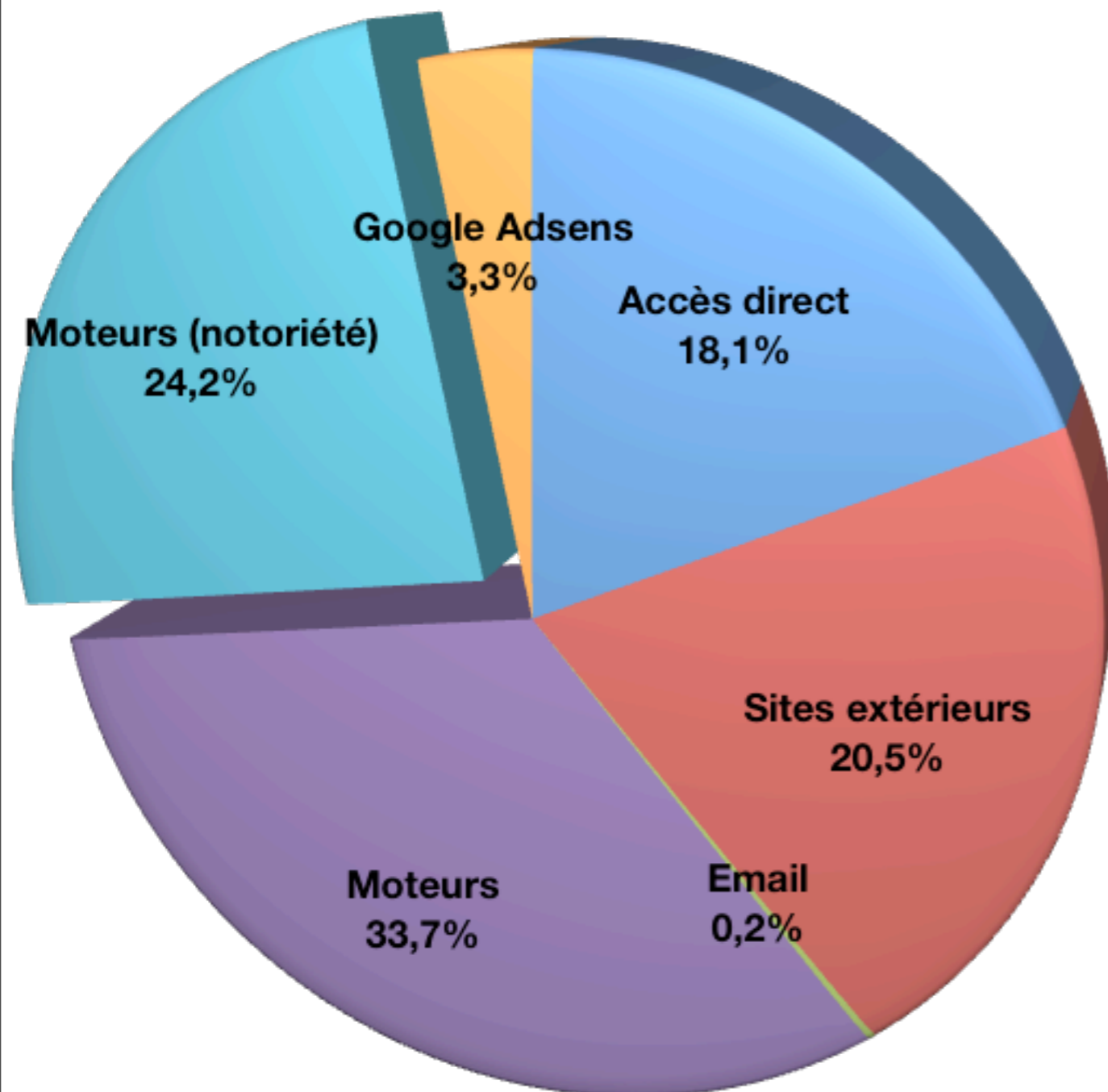
Mesure des résultats des campagnes hors ligne

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...), 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.