



AGENCE DE COMMUNICATION INTERACTIVE

BIEN INTERPRETER LES STATISTIQUES DE FREQUENTATION D'UN SITE WEB

MM Création
32 Avenue de Wagram
75 008 Paris
Tél : 01 45 74 76 00
Fax : 01 45 74 95 06
E-mail : jn@mmcreation.com
Site : www.mmcreation.com



Bien interpréter les statistiques de fréquentation de son site web

L'objectif de tout site web est de créer du trafic, d'amener de l'audience, d'attirer toujours plus de visiteurs.

Sans statistiques ni outils de mesure, comment analyser la fréquentation de son site web?

C'est avec ces statistiques et outils d'analyse que l'on peut améliorer le trafic et le positionnement de son site web grâce à des données bien précises telles que le nombre : de visites, de visiteurs, de pages vues, etc.

Encore faut-il savoir bien les lire et comprendre...



Pour cela, un des outils les plus recommandés est :
Google Analytics

Il offre de nombreux avantages : il permet par exemple de localiser les internautes grâce aux données géographiques, d'observer quels sont les mots clés qui ont amené du trafic, le temps passé sur chaque page...



2 DIMENSIONS A PRENDRE EN COMPTE

La mesure qualitative qu'on appelle plus communément « user centric ».

A partir de ce point de vue, on analyse le visiteur « type » du site (à partir d'un panel représentatif de la population), le temps passé sur chaque page, le nombre de clics, la provenance géographique...

La mesure quantitative (volume de fréquentation) : l'étude « site centric ».

Dans cette optique, les analyses sont basées sur le volume de trafic du site: nombre de connexion, de visite, de pages vues...



Certains indicateurs sont « universels » et sont à prendre en compte que l'on se place d'un point de vue « user » ou « site centric ».

- **Le nombre de visiteurs uniques** : indique le volume de visite sur le site
- **La source du trafic** : liens, moteur de recherche, accès direct...
- **Le taux de rebond** : est le pourcentage d'internautes qui arrivent sur une page et la quittent aussitôt. Si ce taux est élevé soit la page n'est pas pertinente pour le visiteur, soit il a trouvé très rapidement l'information qu'il désirait...
- **Le nombre de pages vues** : indique l'intérêt de l'internaute, la pertinence du contenu mais également l'ergonomie et la facilité de navigation du site.
- **Pour les sites marchand ou lors d'une opération spéciale : le taux de conversion** qui permet de mesurer le rapport entre le nombre d'internautes réellement investis dans l'opération (souvent un achat ou un formulaire rempli) et le nombre d'internautes simplement en visite sur le site.



Lors d'une action de communication spéciale ou d'un partenariat ponctuel il peut être intéressant d'observer de plus près

- les mots clés « requête » liés à l'opération et sur une plus longue période de voir si le volume du trafic a augmenté à long terme de façon durable.
- il est particulièrement judicieux de s'attarder sur le nombre moyen de pages vues par visite afin de savoir si l'évènement a donné envie à l'internaute de consulter les autres pages du site



A quelle fréquence suivre ses statistiques ?

On pourrait bien sur regarder quel est le nombre de visiteur chaque jour et suivre les variations quotidiennement. Mais **le monde du web est « volatile »** et on ne peut pas toujours trouver d'explications rationnelles à chaque visite en plus ou en moins.

C'est pour cela qu'en ce qu'il concerne l'évolution de la fréquentation, un **bilan bimensuel** est largement suffisant mais tout dépend bien sur du secteur de site web.

Pour des campagnes publicitaires ou évènements il peut être pertinent d'analyser le trafic de façon **hebdomadaire** afin de voir s'il y a des pics de trafic.

Pour des sites web offrant un type de service (hôtelier par exemple), il sera plus utile d'observer la fréquentation du site par période ou saison.



Évaluer les retombées d'un travail de référencement naturel

Il faut là être patient. En effet, une stratégie de SEO bien appliquée permet à un site web d'être de mieux en mieux positionné sur toujours plus de requêtes mais les résultats ne sont pas immédiats.

Le référencement naturel est un travail qui fait preuve de minutie, de rigueur et exige d'être persévérant pour voir des résultats significatifs. Ainsi, c'est en mois, voir semestres que les statistiques sont comparables.

Plusieurs facteurs permettent de vérifier l'impact et l'efficacité du travail du référenceur :

- Le positionnement du site
- Les mots clés qui génèrent le plus de trafic
- La source du trafic : part provenant des moteurs de recherche



AGENCE DE COMMUNICATION INTERACTIVE

MM Création
32 Avenue de Wagram
75 008 Paris
Tél : 01 45 74 76 00
Fax : 01 45 74 95 06
E-mail : jn@mmcreation.com
Site : www.mmcreation.com