



*Les experts
du webmarketing*

Audience et succès d'un référencement

Indices de qualité d'un trafic

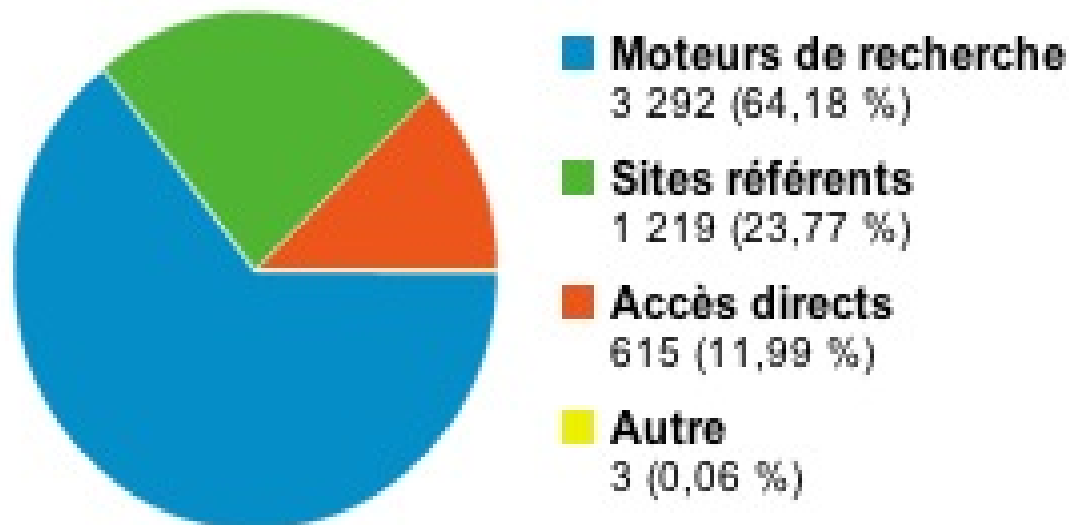
Search Engine Stratégies
15 Janvier 2008

Contact :

David COHEN - Responsable B.U Référencement - Tel : 01 48 24 03 08 - david.cohen@cvfm.com

Un SEO regarde les visites « moteurs »

■ Vue d'ensemble des sources de trafic



Il faut souvent « déclarer » les campagnes de liens sponsorisés à l'outil de tracking pour qu'elles se distinguent.

Les indices de qualité d'un trafic SEO

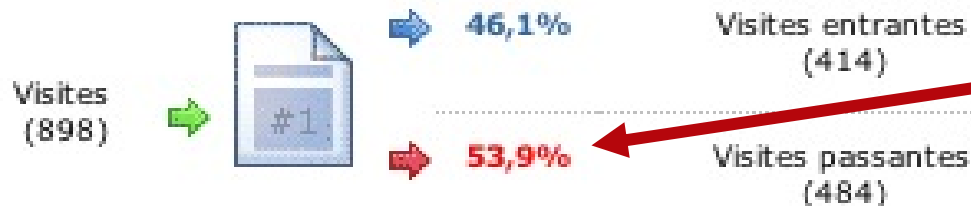
Les indices techniques

- **Taux de rebond**
- **Pages vues et durée par visite**
- **Nb de mots-clés et la marque**

et les indices de rentabilité

- **Coût de la visite**
- **Taux de conversion**
- **Coût d'acquisition client**

Rebond, pages vues et durée par visite



Taux de rebond

Critères d'intérêt	M	M - 1	M - 2
P/V	2,9	+3,6%	(=)
Taux de visites entrantes	46,1%	-2,5pts	-3,6pts
P/V entrantes	5,1	+10,9%	+6,2%
Durée moy. / V	04:00	-7,6%	-9,2%
Durée moy. / P	00:47	-16,4%	-15,5%

Fréquentation du site

10 029 [Visites](#)

41 645 [Pages vues](#)

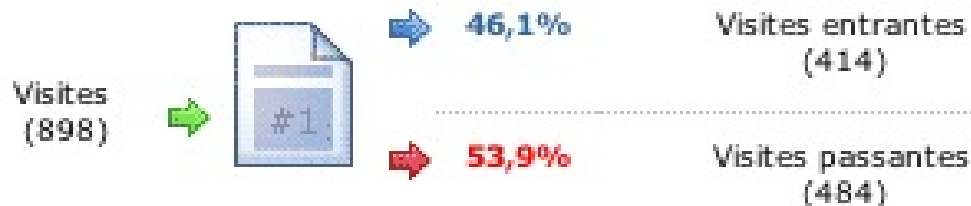
4,15 [Pages par visite](#)

43,05 % [Taux de rebond](#)

00:02:12 [Temps moyen sur le site](#)

79,11 % [Nouvelles visites \(en %\)](#)

Rebond, pages vues et durée par visite



Taux de rebond

Pages vues

Critères d'intérêt	M	M - 1	M - 2
P/V	2,9	+3,6%	(=)
Taux de visites entrantes	46,1%	-2,5pts	-3,6pts
P/V entrantes	5,1	+10,9%	+6,2%
Durée moy. / V	04:00	-7,6%	-9,2%
Durée moy. / P	00:47	-16,4%	-15,5%

Fréquentation du site



10 029 [Visites](#)



43,05 % [Taux de rebond](#)



41 645 [Pages vues](#)



00:02:12 [Temps moyen sur le site](#)

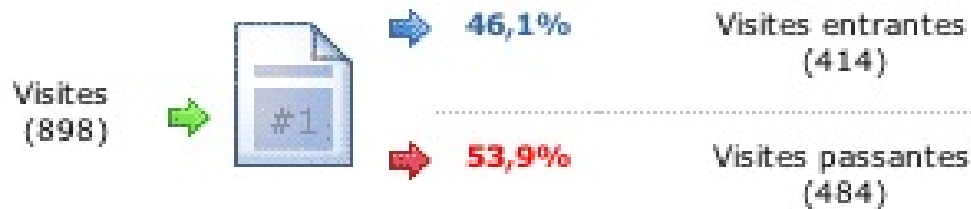


4,15 [Pages par visite](#)



79,11 % [Nouvelles visites \(en %\)](#)

Rebond, pages vues et durée par visite



Taux de rebond

Pages vues

Durée de la visite

Critères d'intérêt	M	M - 1	M - 2
P/V	2,9	+3,6%	(=)
Taux de visites entrantes	46,1%	-2,5pts	-3,6pts
P/V entrantes	5,1	+10,9%	+6,2%
Durée moy. / V	04:00	-7,6%	-9,2%
Durée moy. / P	00:47	-16,4%	-15,5%

Fréquentation du site

10 029 [Visites](#)

41 645 [Pages vues](#)

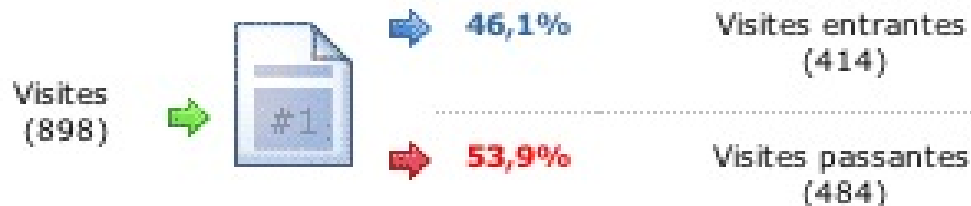
4,15 [Pages par visite](#)

43,05% [Taux de rebond](#)

00:02:12 [Temps moyen sur le site](#)

79,11% [Nouvelles visites \(en %\)](#)

Rebond, pages vues et durée par visite



Critères d'intérêt	M	M - 1	M - 2
P/V	2,9	+3,6%	(=)
Taux de visites entrantes	46,1%	-2,5pts	-3,6pts
P/V entrantes	5,1	+10,9%	+6,2%
Durée moy. / V	04:00	-7,6%	-9,2%
Durée moy. / P	00:47	-16,4%	-15,5%

Taux de rebond

Pages vues

Durée de la visite

Nouvelles visites

Fréquentation du site



10 029 [Visites](#)



43,05 % [Taux de rebond](#)



41 645 [Pages vues](#)



00:02:12 [Temps moyen sur le site](#)



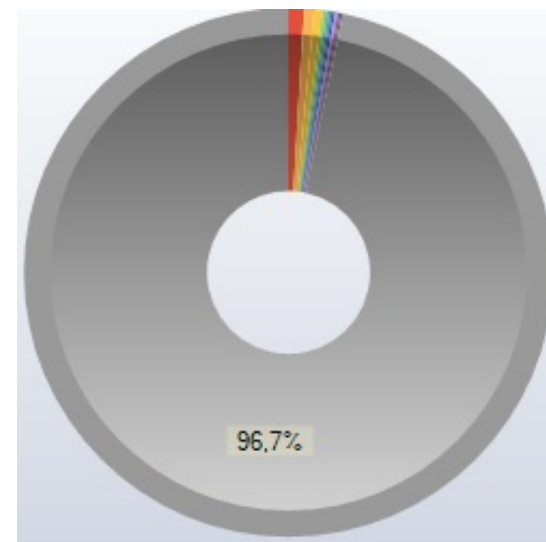
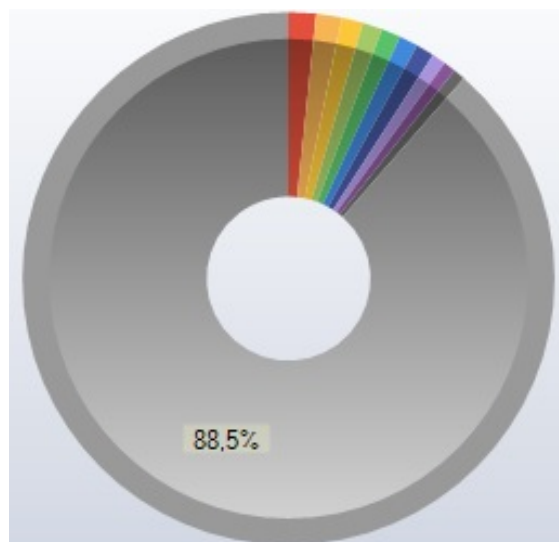
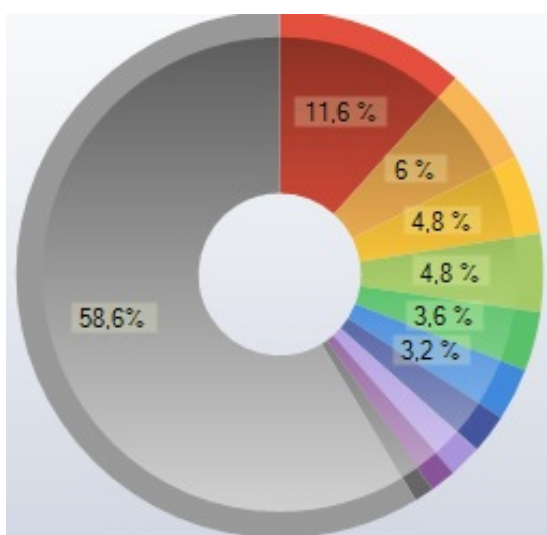
4,15 [Pages par visite](#)



79,11 % [Nouvelles visites \(en %\)](#)

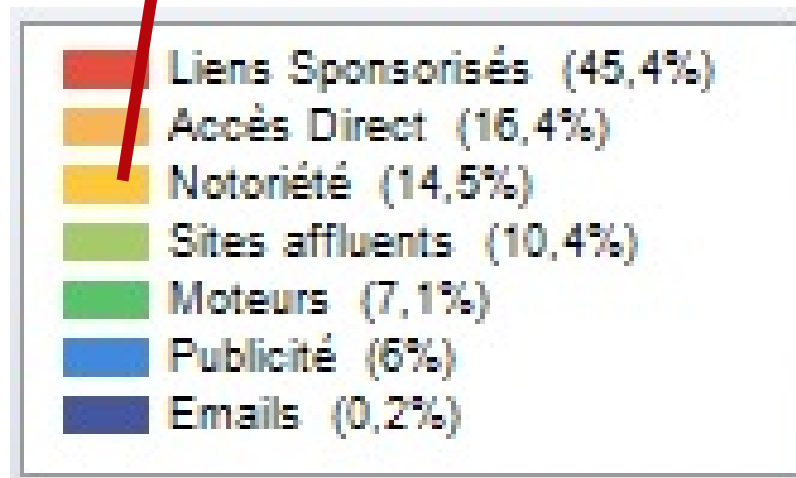
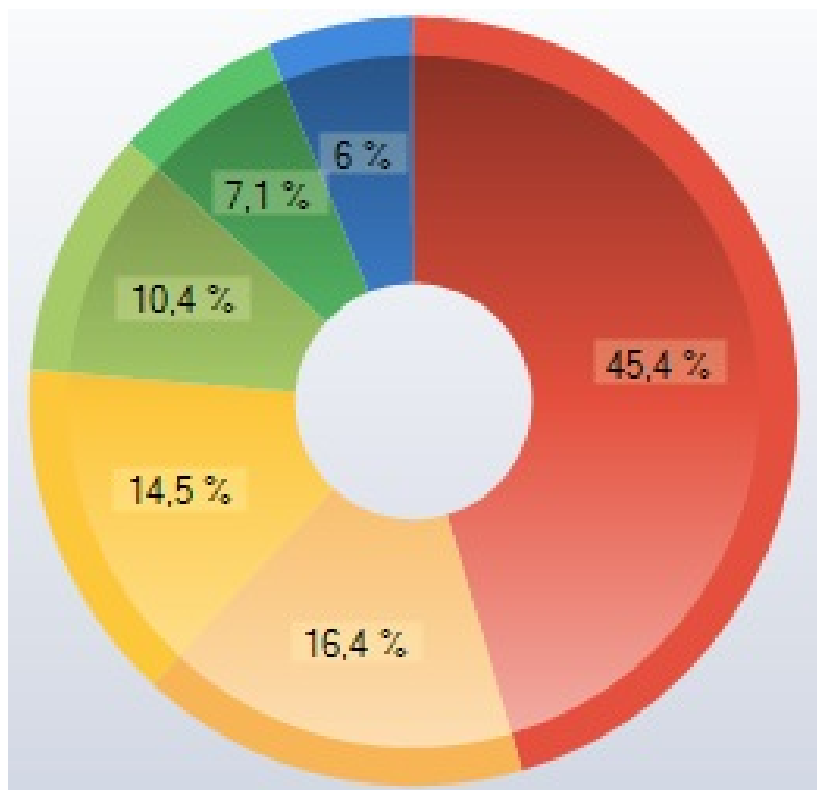
Augmentation du nb des mots-clés

- L'augmentation du nombre de mots-clés dans l'outil de tracking est la meilleure preuve de la réussite d'un référencement.
- L'augmentation du nombre des mots-clés est cohérente avec l'apparition d'une « longue traîne » des mots-clés.



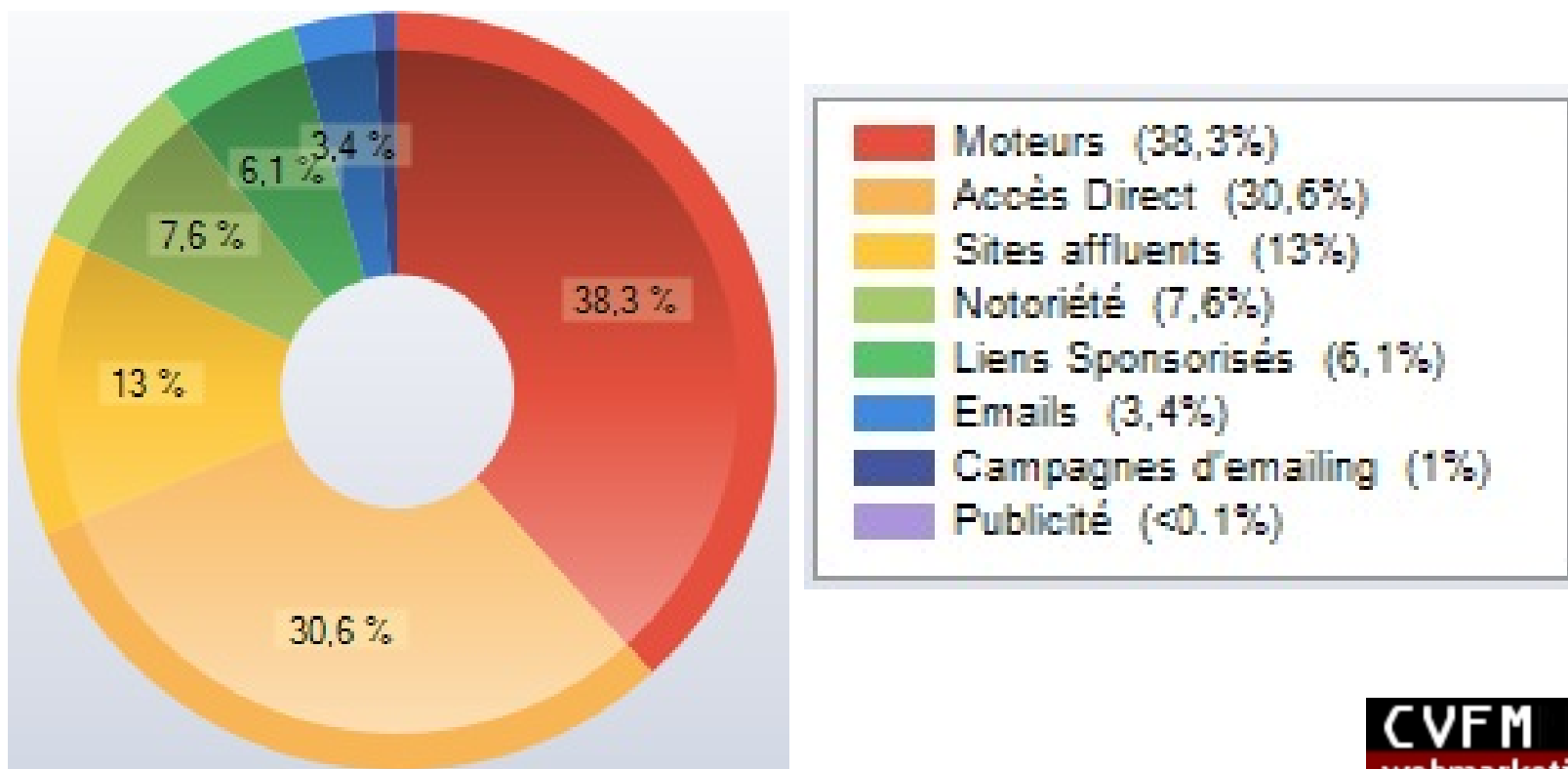
La marque et le trafic

- Un site **petit** et/ou mal optimisé attire son trafic moteurs sur sa marque.
Il vit sur la notoriété de la **marque**



La marque et le trafic

- **Un site avec de nombreuses pages et bien optimisé fait descendre le pourcentage de trafic issu de la marque qui peut rester le premier mot apporteur de trafic...ou pas.**



Coût de la visite

Soit T.M >>> le trafic Moteur, la formule est

Budget référencement

T.M après SEO - T.M avant SEO

= Coût de la visite

Recommencez tous les 3 mois et comparez aux autres canaux de trafic

Taux de conversion

**Ca se complique,
il faut tagger le site jusqu'à la vente on line.**

La formule

$$\frac{\text{Nb de ventes} \times 100}{\text{Nb de visites}} = \text{Taux de conversion}$$

Coût d'acquisition client

Ce calcul fonde complètement la rentabilité d'un référencement

La formule :

$$\frac{\text{Budget Référencement}}{\text{Nb de ventes générées par le TM}} = \text{Coût d'acquisition client}$$

CVFM Références

International

- **Skyteam** 7 langues dont le coréen, le tchèque et néerlandais
- **Europcar** 6 langues européennes
- **Lancaster** 4 langues dont le chinois
- **La Cité des Sciences** France et USA
- **Kodak** 10 langues dont le polonais, le russe, le suédois
- **Cognac Martell** 4 langues dont le russe et le chinois
- **PIDF.com** 4 langues européennes
- **Tourisme Egyptien** : 13 langues...

France

- Natixis
- Nestle
- Le Nôtre
- Nestlé
- Clarins
- Cartier
- FNAC
- Jettours
- Chateaux & Hotels
- GE Fleet Services
- Look Voyages

800 sites référencés en 8 années

Banque - Assurance - Tourisme - Santé - Cosmétiques

Institutions - Industrie

Distribution - Ecommerce