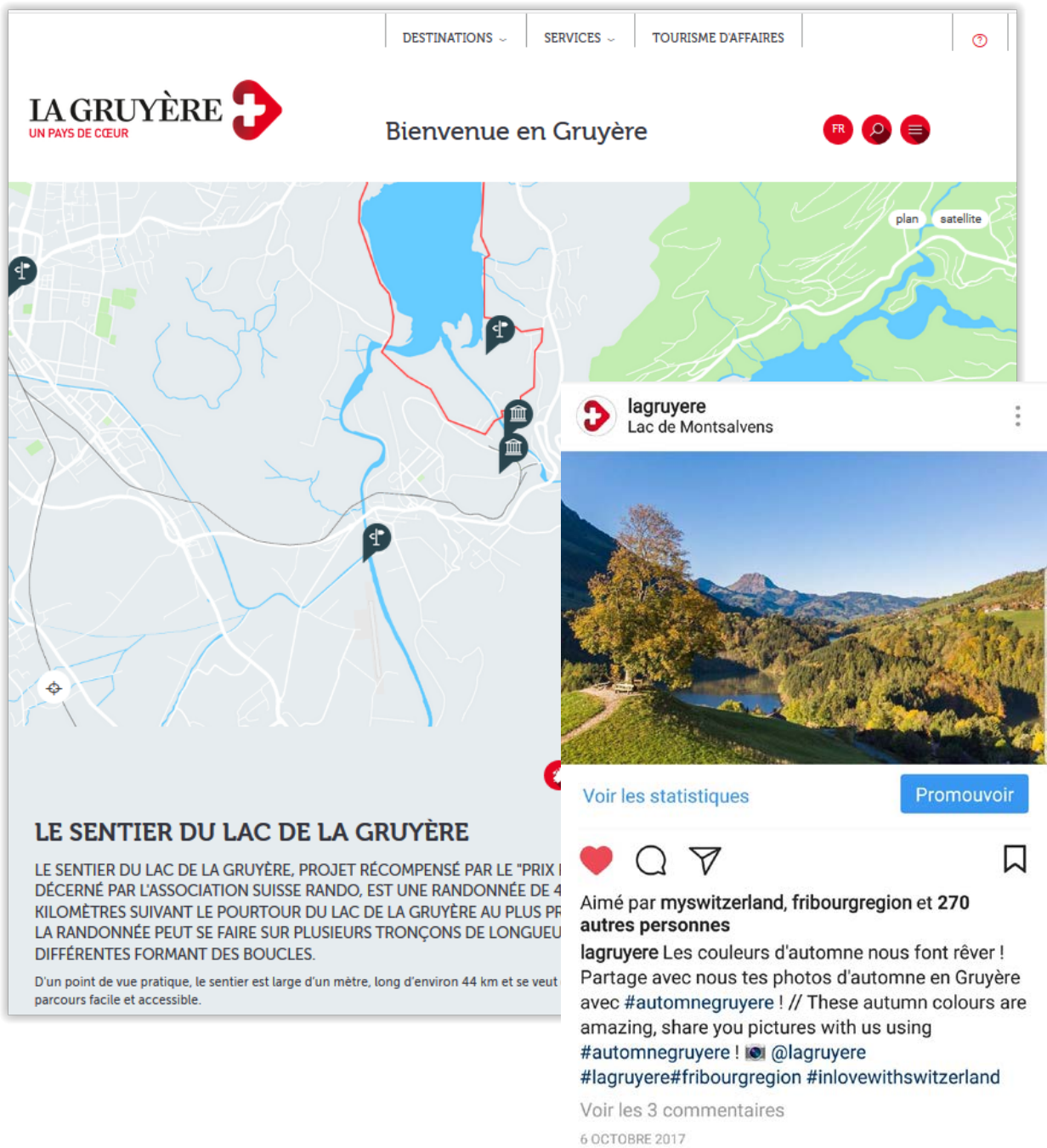



Statistiques web & plateformes web 2017



The screenshot displays the website for LA GRUYÈRE, featuring a navigation menu with 'DESTINATIONS', 'SERVICES', and 'TOURISME D'AFFAIRES'. The main header includes the logo and the text 'Bienvenue en Gruyère'. A map of the Lac de Montsalvens is shown, with a red line indicating a trail. Below the map, there is a section titled 'LE SENTIER DU LAC DE LA GRUYÈRE' with a description of the trail. To the right, a social media post from Instagram is visible, showing a photo of a lake and mountains, with the caption 'lagruyere Lac de Montsalvens' and a post date of '6 OCTOBRE 2017'.

DESTINATIONS ▾ SERVICES ▾ TOURISME D'AFFAIRES

LA GRUYÈRE 
UN PAYS DE CŒUR

Bienvenue en Gruyère

plan satellite

lagruyere
Lac de Montsalvens

Voir les statistiques Promouvoir

Aimé par mysitzerland, fribourgregion et 270 autres personnes

lagruyere Les couleurs d'automne nous font rêver ! Partage avec nous tes photos d'automne en Gruyère avec #automnegruyere ! // These autumn colours are amazing, share you pictures with us using #automnegruyere ! 📷 @lagruyere #lagruyere#fribourgregion #inlovewithswitzerland

Voir les 3 commentaires

6 OCTOBRE 2017

Table des matières

1. INTRODUCTION	3
1.1. HISTORIQUE DES VISITES DU SITE DE LA GRUYERE TOURISME	3
1.2. QUELQUES DEFINITIONS AVANT L'ANALYSE DES STATISTIQUES	4
2. VISITES GLOBALES DURANT L'ANNEE 2017	5
2.1. VISITES MENSUELLES 2017	5
2.2. PLATEFORME DE FRIBOURG REGION	6
2.3. TRAFIC DEPUIS LES APPAREILS MOBILES	6
3. VISITEURS	7
3.1. CHIFFRES CLES DE JANVIER A DECEMBRE 2016 ET 2017	7
3.2. SYNTHESE GEOGRAPHIQUE	8
3.3. LANGUES	9
4. SOURCES DE TRAFIC	9
4.1. SITES DE RÉFÉRENCES	10
4.2. MOTEURS DE RECHERCHE	10
5. RÉSERVATION ONLINE – BOOKING	10
6. RÉSEAUX SOCIAUX	11
7. CONCLUSION	12

1. Introduction

Les chiffres que vous trouverez dans ce rapport sont à prendre avec grande précaution. De nombreux facteurs extérieurs influencent ces statistiques et ces facteurs ne sont pas toujours connus.

Facteurs à prendre en compte:

- Google. Certains mots-clés peuvent faire exploser les visites sur une page
- Campagnes, publicités ou liens activés sur des sites tiers peuvent temporairement changer les tendances réelles
- Les saisons et les actualités importantes sont également à prendre en compte

Veillez donc ne pas tirer de conclusions sur l'unique base de ces chiffres !

1.1. Historique des visites du site de La Gruyère Tourisme

Le 4 octobre 2016, La Gruyère Tourisme a inauguré son nouveau site internet. Le nouveau site est ainsi plus moderne d'un point de vue graphique (format, disposition, images...) et d'un point de vue fonctionnel (menus, base de données unique, géolocalisation des articles...).

Bien entendu, tout changement entraîne inévitablement certains problèmes sur le fonctionnement mais également sur le référencement. Une importante baisse des visites a dès lors été remarquée sur le site. De par le changement de toutes les adresses contenues dans le site, le référencement sur les moteurs de recherche s'en retrouve dégradé. Il convient donc de prendre la date du 4 octobre 2016 comme un nouveau départ au niveau de la fréquentation du site et d'observer d'éventuelles baisses et hausses à partir de ce moment-là.

1.2. Quelques définitions avant l'analyse des statistiques

Les **visites** représentent le nombre de sessions individuelles déclenchées par l'ensemble des visiteurs du site internet. Si un utilisateur est inactif pendant 30 minutes ou plus sur le site, toute activité supplémentaire sera considérée comme une nouvelle session.

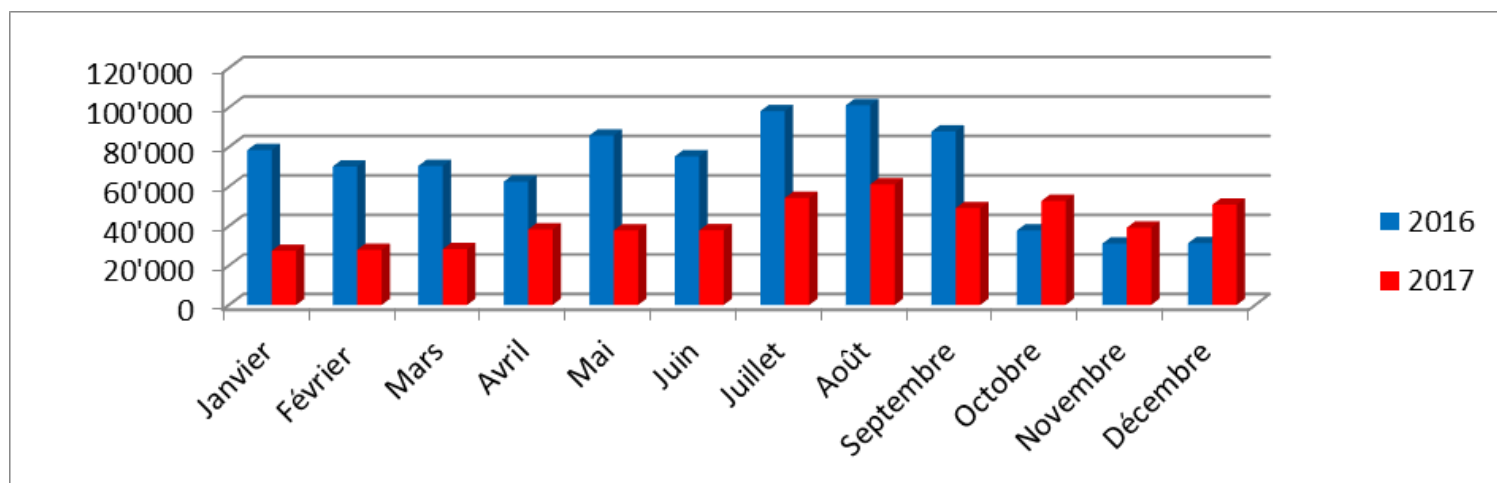
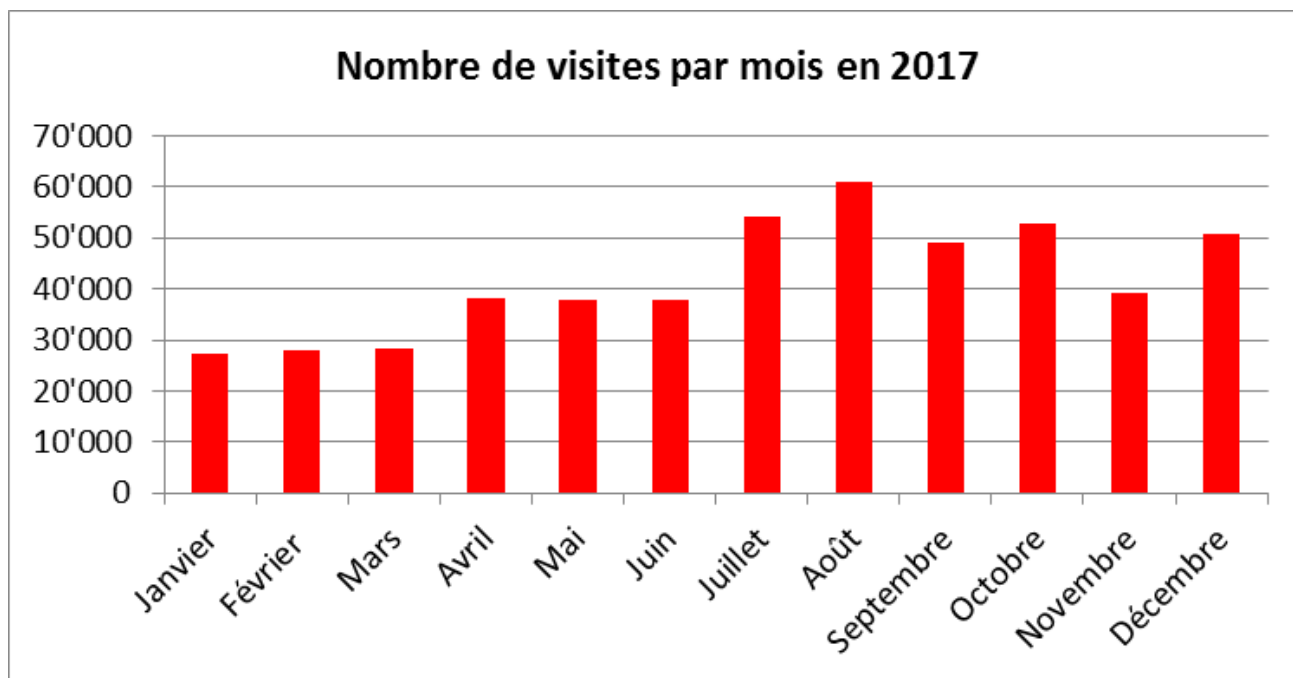
Les **visiteurs** représentent le nombre d'utilisateurs uniques qui visitent quotidiennement le site. Toute session ouverte le même jour par un même utilisateur est comptabilisée comme un visiteur unique, mais peut représenter deux visites séparées ou plus.

La **visualisation** (ou **page vue**) correspond à la consultation d'une page sur le site internet.

Les **visiteurs à répétition** représentent le nombre de visiteurs qui reviennent consulter le site internet. Conclusion: Un visiteur peut effectuer plusieurs visites. Lors d'une seule et même visite, un internaute peut faire de nombreuses visualisations.

2. Visites globales durant l'année 2017

2.1. Visites mensuelles 2017



2.2. Plateforme de Fribourg Région



2.3. Trafic depuis les appareils mobiles

Les appareils mobiles restent très importants et représentent **55%** du trafic du site internet (+ 3% qu'en 2016).

Cette forte progression nous indique que notre site internet mobile est plus que jamais indispensable et ne doit pas être négligé. A ce propos, le nouveau site www.la-gruyere.ch est un site entièrement « **responsive** » (qui s'adapte à l'appareil utilisé) et est parfaitement en adéquation avec les besoins technologiques actuels.

3. Visiteurs

3.1. Chiffres clés de janvier à décembre 2016 et 2017

	2016	2017
Nombre de visites	839'284	504'534
Visiteurs uniques absolus	578'286	350'927
Pages vues	2'682'630	1'392'317
Nombre moyen de pages vues	3,13	2,75
Temps passé sur le site	02 : 24	02 :15
Taux de rebond ¹	52,89 %	57,53 %
Nouvelles visites	65,66 %	68,38 %

Ces données seront utilisées par la suite en tant que moyennes de référence pour le site www.la-gruyere.ch.

A noter que la baisse du nombre de visites se monte à **-39.2%** pour l'année 2017.

Nous remarquons que le taux de rebond et le taux de nouvelles visites ont augmenté, ce qui est mauvais signe. En effet, cela signifie que les visiteurs n'ont pas trouvé ce qu'ils cherchaient et sont ressortis de la page visitée immédiatement.

¹ Le taux de rebond est le pourcentage de visites d'une seule page, c'est-à-dire le pourcentage des visites lors desquelles l'internaute a quitté votre site dès la page d'entrée. Le taux de rebond constitue un indicateur de la qualité des visites. Lorsqu'il est élevé, cela signifie généralement que les pages d'entrée sur le site (pages de destination) ne correspondent pas aux attentes des visiteurs. Vous pouvez réduire les taux de rebond en adaptant correctement vos pages de destination aux mots clés et aux annonces que vous diffusez. Les pages de destination doivent contenir les informations et services proposés dans la version de l'annonce concernée. Source : Google Analytics

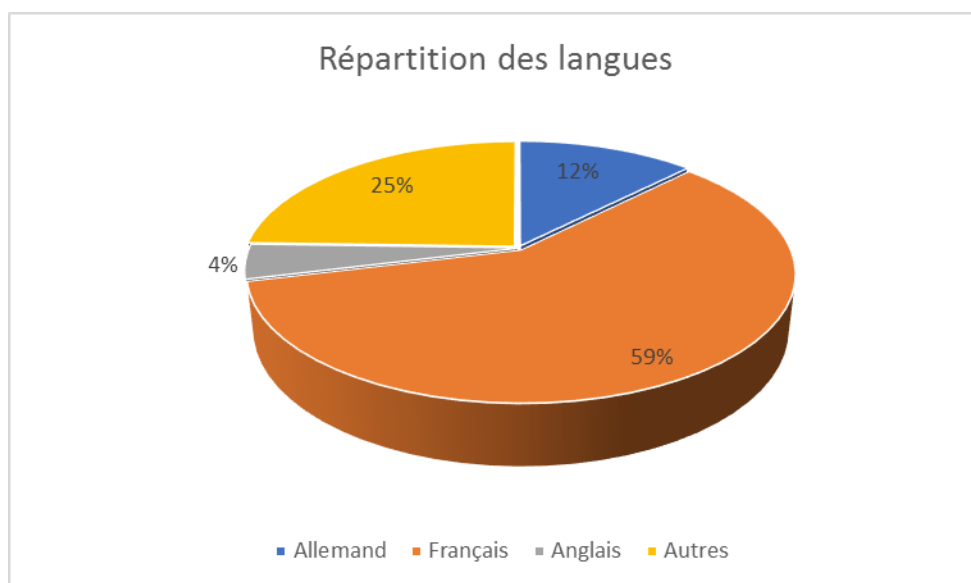
3.2.Synthèse géographique

Voici le « top 20 » des pays sur 206 origines recensées ainsi que le nombre de visites. On remarque que **la Suisse et la France représentent la majorité des visites sur le site**. Suite au changement de site, c'est sans surprise que nous observions une baisse générale.

	Pays/Territoire	Nb de visites	Différence
1	Suisse	281'619	-44%
2	France	31'171	-38%
3	Allemagne	7'426	-37%
4	USA	6'470	-36%
5	Royaume-Uni	3'739	-30%
6	Canada	1'991	-39%
7	Espagne	1'990	-48%
8	Belgique	1'896	-34%
9	Italie	1'460	-42%
10	Pays-Bas	1'024	-38%
11	Russie	907	-34%
12	Brésil	790	-47%
13	Inde	718	-28%
14	Autriche	657	-49%
15	Irlande	637	+116%
16	Australie	621	-30%
17	Portugal	511	-44%
18	Israël	495	-32%
19	Pays inconnu	491	-44%
20	Suède	470	-50%

3.3. Langues

Ce rapport fait apparaître la langue que les visiteurs ont configurée sur leur ordinateur. Comme les années précédentes, on remarque qu'à part le français, c'est l'allemand et l'anglais qui représentent la majorité des langues étrangères. On peut donc conclure que la disponibilité du site en trois langues (français/allemand/anglais) répond bien aux attentes des internautes.



4. Sources de trafic

Vue d'ensemble de toutes les sources de trafic de janvier à décembre 2016 :

Sources	Pourcentage	Nb de visites
Trafic direct	16.17%	59'580
Sites de références	11.98%	44'114
Moteurs de recherche	69.90%	257'498
Médias sociaux	1.15%	4'231
Autres	0.80%	2'938
	100.00%	350'927

Le trafic via les moteurs de recherche est responsable de la grande majorité des visites sur notre site.

4.1. Sites de références

Les principaux sites référents sont les suivants :

Sites référents	Nb de visites
www.gruyeres.ch	11'187
www.facebook.com	7'959
www.alpesfribourg.ch	4'334
www.bulle.ch	2'295
www.jaun.ch	2'282
www.myswitzerland.com	2'164
www.fribourgregion.ch	1'753
www.charmey.ch	1'607

Les visites provenant du site www.charmey.ch sont en forte baisse en 2017 suite à la mise en ligne du site touristique de l'office du tourisme de Charmey, puisque ce même site ne fait plus mention du site de La Gruyère Tourisme en tant que référence de l'information touristique régionale. Le site www.la-gruyere.ch n'y est mentionné qu'en complément d'information.

4.2. Moteurs de recherche

257'498 visites ont été générées par un moteur de recherche, soit **69% des visites totales**.

5. Réservation online – BOOKING

Avec la mise en ligne du nouveau site en 2016, il a été décidé de passer à un partenariat avec Booking.com concernant la réservation directe sur notre site.

Au-delà de tout résultat, il est très important pour La Gruyère Tourisme, en tant que représentant du tourisme gruérien, de proposer ce service à ses internautes toujours plus exigeants en matière de disponibilités de l'offre sur internet.

6. Réseaux sociaux

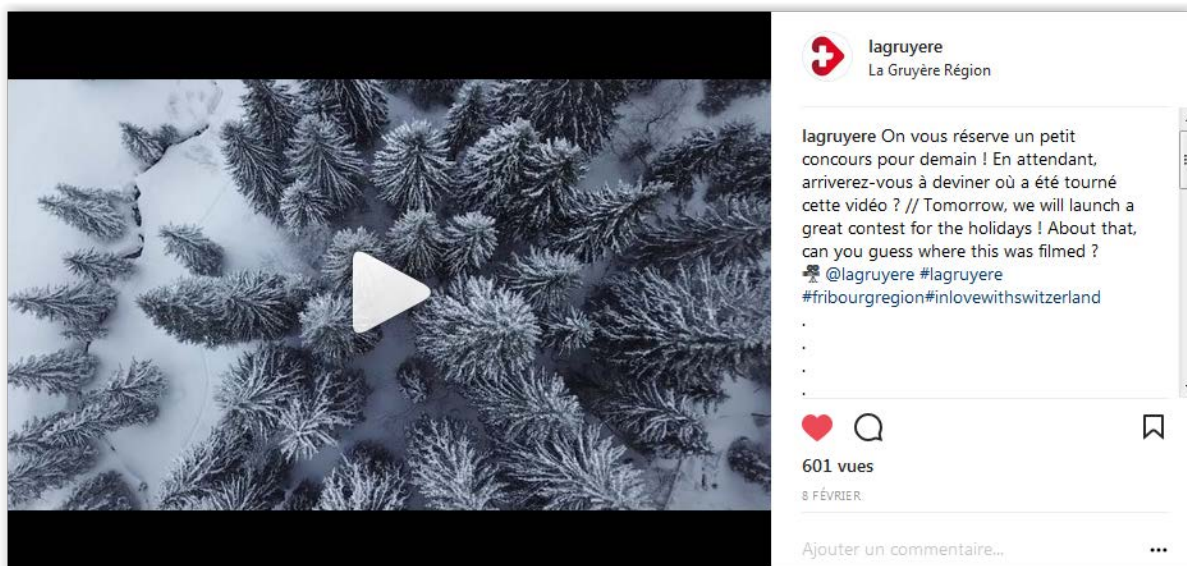
Les médias sociaux sont actuellement une partie très importante de la présence en ligne d'une destination touristique. Voici quelques indicateurs :

	2016	2017
FACEBOOK		
Fans au 31.12.2016	7'624	12'513
Nombre de postes	456	428
Nombre de likes	45'863	72'471
Nombre total de personnes atteintes	1'889'686	2'836'061
TWITTER		
Followers	2'005	2'302
YOUTUBE		
Vidéos vues	3'132	14'471
INSTAGRAM		
Abonnés	2'978	4'654
Nombre de likes	48'402	72'881

Le nombre d'abonnés à nos différents réseaux a fortement augmenté depuis que La Gruyère Tourisme a pu investir dans les ressources dédiées à ces plateformes de communication il y a deux ans.

De plus, La Gruyère Tourisme s'efforce d'explorer les nouvelles techniques de communication offertes par les réseaux sociaux telles que les publications en direct sur Facebook ou les « stories » proposées par Facebook et Instagram, permettant de raconter une histoire aux suiveurs en direct par des photos et vidéos.

Ceci vient récompenser les efforts de La Gruyère Tourisme dans la création d'un contenu original et pertinent, avec en moyenne plus d'un post par jour, de 200 likes par post et d'un taux d'engagement de 2% (supérieur de 1% à la moyenne).



7. Conclusion

Si l'année 2017 a été une excellente année au niveau des réseaux sociaux, elle a été difficile au niveau du site internet pour La Gruyère Tourisme. Les visites ont plongé depuis la mise en ligne du nouveau site, remontant lentement la pente sur la fin de l'année. Il est important de relever que cette baisse concerne également tous les principaux sites de la plateforme de Fribourg Région. Les problèmes rencontrés par le fournisseur web Edsi-Tech ne sont pas étrangers à ces baisses.

Au vu des feedbacks reçus et des résultats médiocres, l'Union Fribourgeoise du Tourisme et La Gruyère Tourisme ont planché sur une nouvelle version du design des sites afin de les rendre plus attrayants et efficaces au niveau de la navigation. Un effort sera également mis sur le référencement sur les moteurs de recherche via le partenariat avec une agence spécialisée. La nouvelle version du site devrait voir le jour à la fin du printemps 2018.

Finalement, il est important de souligner que malgré les problèmes rencontrés cette année, www.la-gruyere.ch est le site de la plateforme cantonale de Fribourg Région attirant le plus de visiteurs.