

## Les indicateurs statistiques à surveiller

### Les indicateurs incontournables

- **Nombre de visiteurs**
- **Nombre de visiteurs uniques** (adresse IP différente)
- **Nombre de pages vues**
- **Pages les plus vues**
- **Sources de trafic** (accès direct ou favori, moteur de recherche, site externe, etc.)

Au-delà du nombre à proprement parler, c'est principalement la **progression de ces indicateurs** entre deux périodes qui fournit les informations les plus utiles.

Vos courbes de fréquentation diminuent dans le temps ? Pensez à développer des **échanges de liens** avec des sites partenaires ou traitant d'informations en lien avec votre contenu. Inscrivez votre site dans les **annuaires spécialisés**. Signalez l'existence de votre site aux principaux **moteurs de recherche**. **Commentez** régulièrement les articles d'autres sites en insérant un lien discret vers votre site.

Les pistes de progression sont nombreuses, soyez curieux et faites-vous connaître !

### Les indicateurs à ne pas négliger

#### - **Mots-clés tapés dans les moteurs de recherche**

Ces mots-clés vous éclaireront sur les thèmes du moment recherchés par les internautes et mettront en lumière les contenus les plus pertinents de votre site (à valoriser sur votre page d'accueil par exemple).

#### - **Temps passé sur votre site**

90% de vos visiteurs passent moins de 2 minutes sur votre site ? Trouvez des contenus plus accrocheurs et incitez les internautes à contribuer à votre site (contact, sondage, commentaires, concours, etc.) pour susciter leur intérêt.

#### - **Taux de rebond**

Le taux de rebond représente le pourcentage de consultation d'une seule page, quelle que soit la durée des visites. Cela signifie qu'il s'agit de la part des visiteurs qui ne sont pas allés plus loin que la page d'arrivée sur laquelle ils sont tombés. Un taux élevé n'est cependant pas nécessairement synonyme de manque de pertinence pour vos visiteurs, tout dépend de la nature des pages de votre site !

#### - **Provenance géographique des visiteurs**

Du continent au département français, il est souvent instructif de savoir d'où viennent vos visiteurs pour éventuellement adapter une partie de vos contenus à votre lectorat.

#### - **Navigateur utilisé**

Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome, etc., chaque navigateur possède ses atouts et ses faiblesses, et vos pages peuvent être mal lues dans l'un ou l'autre de ces logiciels. Faites le test avec chacun et optimisez vos contenus pour qu'ils soient lus pas tous les navigateurs !



#### - Taille des écrans des internautes

On oublie trop souvent que les tailles d'écran sont très variables d'un utilisateur à l'autre : téléphone, mini-PC, tablette tactile, ordinateur portable, écran TV, etc. Vérifiez quelle est la résolution la plus fréquemment constatée parmi vos lecteurs et adaptez vos pages en largeur, voire en hauteur. Notez qu'à ce jour, un site optimisé en 1024x768 sera correctement lu par plus de 90% des internautes.

#### - Pages en erreur

Un site qui évolue régulièrement comporte souvent des « trous » dans sa carcasse : pages renommées, images supprimées, fichiers téléchargeables déplacés, etc. Heureusement, certains outils de statistiques vous listent les éléments en erreur appelés par les internautes, permettant de procéder aux ajustements nécessaires. Notez qu'une page 404 (i.e. « *page introuvable* ») personnalisée à vos couleurs et comprenant un message et des liens vers les contenus pérennes de votre site rassurera les internautes et les incitera à mettre à jour leurs favoris.

