

Activité complémentaire :

I- Votre site e-commerce est-il efficace ?

Moyenne mensuelle Année 2013	Taux de rebond	Taux de refus	Taux d'abandon	Taux de conversion par visite	Taux de conversion par visiteur
Prêt-à-porter 	31,3%	87,7%	61,2%	3,0%	5,2%
Chaussure 	28,3%	89,6%	63,5%	2,7%	4,0%
High-tech 	34,8%	87,4%	53,0%	3,8%	8,1%
Electroménager 	34,0%	90,3%	59,2%	2,6%	3,8%
Ameublement 	27,3%	91,8%	72,2%	1,8%	2,3%
Drive (Grandes Surfaces Alimentaires) 	11,7%	51,7%	33,0%	28,5%	41,7%
Agences de voyage en ligne 	35,8%	78,1%	67,9%	3,9%	5,7%
Tour opérateurs 	34,8%	78,3%	96,7%	0,2%*	0,2%*
Pneus 	22,5%	85,4%	66,7%	4,0%	5,5%

<http://www.canal-e-commerce.fr/e-commerce-efficace/>

Travail à faire :

1. Analysez brièvement les données du tableau de bord ci-dessus. ?

II. Taux de transformation et type de trafic

Default Channel Grouping	Acquisition			Comportement			Conversions Commerce électronique ▾		
	Sessions ⌵	% nouvelles sessions ⌵	Nouveaux utilisateurs ⌵	Taux de rebond ⌵	Pages/session ⌵	Durée moyenne des sessions ⌵	Taux de conversion du commerce électronique ⌵	Transactions ⌵	Chiffre d'affaires ⌵
	4 607 % du total: 100,00 % (4 607)	74,67 % Valeur moy. pour la vue: 74,66 % (0,03 %)	3 440 % du total: 100,03 % (3 439)	59,06 % Valeur moy. pour la vue: 59,06 % (0,00 %)	2,61 Valeur moy. pour la vue: 2,61 (0,00 %)	00:01:39 Valeur moy. pour la vue: 00:01:39 (0,00 %)	1,85 % Valeur moy. pour la vue: 1,85 % (0,00 %)	85 % du total: 100,00 % (85)	2 458,15 € % du total: 100,00 % (2 458,15 €)
1. Organic Search	2 888(62,69 %)	75,07 %	2 168(63,02 %)	56,61 %	2,74	00:01:42	1,66 %	48(56,47 %)	1 635,35 €(66,53 %)
2. Referral	897(19,47 %)	75,25 %	675(19,62 %)	62,10 %	2,63	00:01:40	3,12 %	28(32,94 %)	643,00 €(26,18 %)
3. Direct	607(13,18 %)	69,36 %	421(12,24 %)	68,20 %	2,19	00:01:35	1,15 %	7 (8,24 %)	145,65 € (5,93 %)
4. Social	215 (4,67 %)	81,86 %	176 (5,12 %)	53,49 %	1,98	00:01:17	0,93 %	2 (2,35 %)	34,15 € (1,39 %)

<http://www.canal-e-commerce.fr/e-commerce-efficace/>

<https://www.ludilabel.fr/>

Travail à faire :

1. Comment l'Inbound marketing et le SEO peuvent-ils améliorer le trafic ?
2. Dans une réflexion structurée, vous expliquerez l'importance du taux de transformation pour suivre la performance du site et comment l'améliorer.