

FICHE MÉTHODE

Mesurer la performance d'une stratégie digitale

Le digital s'impose aux commerciaux comme un outil complémentaire, voire comme une technique de prospection à part entière.

► Les principaux indicateurs

KPI	Calcul	Analyse
Taux d'engagement	$\frac{\text{nombre d'engagements}}{\text{nombre de visiteurs}}$	Le taux d'engagement mesure l'engagement du public à l'égard d'une publication. C'est une mesure de l'efficacité de la stratégie digitale. Un taux d'engagement supérieur à 1% est un élément probant de l'efficacité de la stratégie digitale menée.
Taux de rebond	$\frac{\text{nombre d'internautes ayant quitté le site dès la 1re page}}{\text{nombre de visiteurs}}$	Le taux de rebond représente le pourcentage de personnes qui ne visitent qu'une seule page d'un site web avant de le quitter. Un taux de rebond supérieur à 70% peut être un mauvais signe.
Taux de conversion	$\frac{\text{nombre de MQL}}{\text{nombre de visiteurs}}$ $\frac{\text{nombre de SQL}}{\text{nombre de MQL}}$ $\frac{\text{nombre de RDV}}{\text{nombre de MQL}}$ $\frac{\text{nombre de clients}}{\text{nombre de SQL}}$	Un taux de conversion élevé est la preuve du succès de la campagne digitale. Un <i>lead</i> (Contact commercial plus ou moins qualifié) peut être considéré comme MQL ou SQL selon le degré de qualification du prospect. L'objectif d'une campagne digitale peut être de transformer les visiteurs en MQL, puis les MQL en SQL et enfin les SQL en clients.

► Les principaux indicateurs Facebook

Sur Facebook, les statistiques sont disponibles pour la veille, les 7 derniers ou 28 derniers jours.

KPI	Commentaires
Abonnés	Un abonné est une personne qui, si le <i>EdgeRank</i> le permet, pourra voir les futures publications de la page Facebook s'afficher dans son fil d'actualité. Un abonné n'est pas forcément fan.
Nombre de fans	Une « Mention J'aime », est une personne qui a cliqué sur J'aime pour manifester son soutien à la page. Automatiquement, un fan est un abonné. Un fan peut se désabonner tout en restant fan.
Nombre de personnes atteintes	Cet indicateur correspond au nombre de personnes uniques ayant vu les publications sur la page Facebook.
Nombre d'impressions	Les impressions correspondent au nombre de fois que du contenu de la page est apparu sur l'écran d'une personne.
Portée des publications	La portée de publication correspond au nombre de personnes pour lesquelles une publication s'est affichée sur leur écran.
Nombre de personnes engagées	Le nombre d'engagements mesure le nombre de visiteurs ayant interagi avec la page ou une publication. L'engagement se mesure par les J'aime, les commentaires, les partages, les clics...