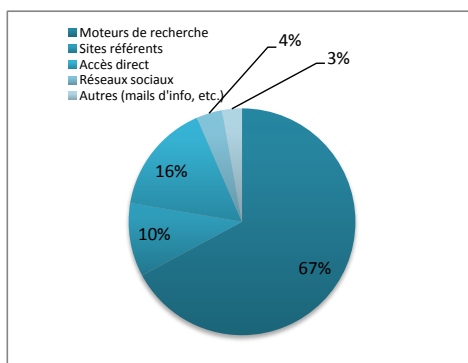


Audience

Fréquentation du site

Visites	35 850	↔
Visiteurs uniques absolus	26 157	↔
Nouveaux visiteurs	22 700	↔
Pages vues	121 319	↔
Durée moyenne des visites	03:26	↗
Pages par visite	3,38	↗
Taux de rebond	56,83%	↔

Trafic



Sources de trafic	Visites	%	
Moteurs de recherche	24 081	67,2%	↗
Sites référents	3 762	10,5%	↔
Accès direct	5 669	15,8%	↔
Réseaux sociaux	1 312	3,7%	↗
Autres (mails d'info, etc.)	1 026	2,9%	↔

Pages les plus consultées (hors recherches formation)	Pages vues	%
Page accueil site	11 267	9%
Article de présentation du programme régional de formation	3 212	3%
Page accueil rubrique "Se former \ Formation"	3 411	3%
Page accueil partie pro	1 620	1%
Article "Les possibilités de financer une formation pour les DE"	1 414	1%
Article "S'orienter dans sa vie professionnelle"	1 032	1%
Article "Apprentis : toutes les aides"	1 166	1%
<i>Base de données Offre de formation (actions + organismes)</i>	32 647	27%

Moteurs de recherche les plus utilisés

Moteur	Google	Bing	Yahoo
Part de trafic	63,5%	3,4%	0,3%
Nombre de visites	22 757	1226	90

Sites référents les plus importants

Sites référents	Visites
intercariforef.org	701
alfacentre.org	343
regioncentre-valde Loire.fr	245
moncompteformation.gouv.fr	187
pole-emploi.fr	141
fongecifcentre.com	120
cma37.fr	98
orientation-pour-tous.fr	87
ac-orleans-tours.fr	82
vae.gouv.fr	72

Types de terminaux utilisés	Visites	%
Micro-ordinateur	24 471	68%
Téléphone portable	9 762	27%
Tablette	1 617	5%

Part des terminaux mobiles Apple : 33,8%

Principaux réseaux sociaux	Visites
Facebook	1 162
Twitter	68
Scoop.it	53

Abonnés réseaux sociaux	Nombre
Facebook	2637 "j'aime"
Twitter	768 abonnés
Netvibes	x

n'inclut pas les consultations du site oriom-centre.org

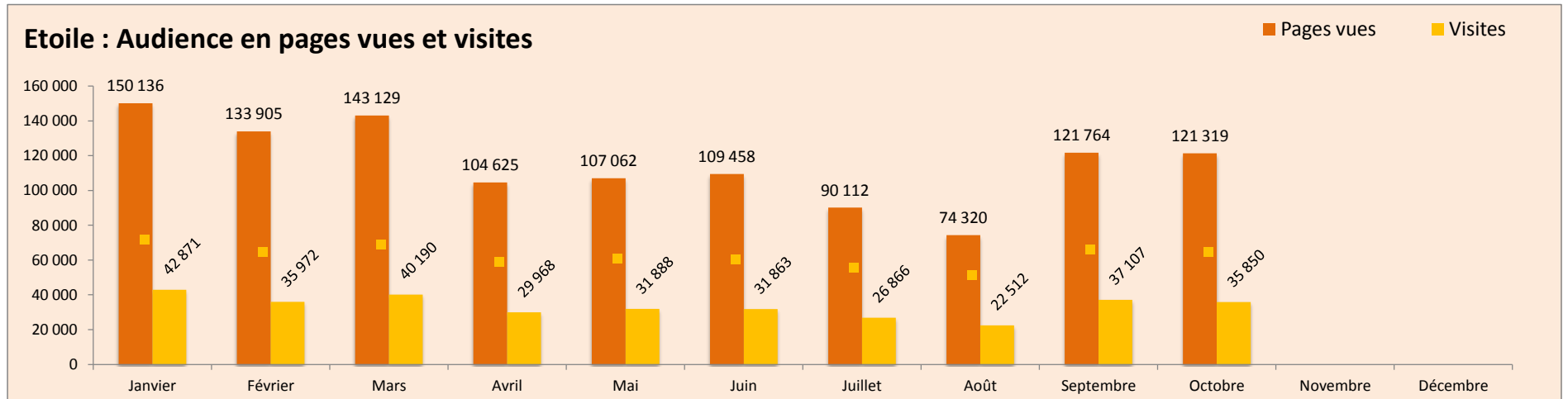
Répartition des pages vues par rubrique					
Partie public			Partie pro		
Accueil public	11 267	9%	Accueil pro	1 620	1,3%
S'orienter	10 998	9%	Ressources	2 815	2,3%
Se former	45 479	37%	Observation Analyses *	443	0,4%
Aller vers l'emploi	2 469	2%	Formation Métiers	5 350	4,4%
Evoluer	580	0,5%	Emploi Entreprises	858	0,7%
S'informer	10 692	9%	Animation des réseaux	2 889	2,4%

Visites générées par la lettre Etoile :	1 002 visites
soit	2,8% du total

Ce tableau n'intègre pas les pages hors arborescence

Tendances Site Etoile

Mois	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Cumul
Visites	42 871	35 972	40 190	29 968	31 888	31 863	26 866	22 512	37 107	35 850			335 087
Progression par rapport au même mois de l'année N-1	-4 057	-3 152	-281	-3 848	-1 248	406	3 308	631	189	4 457			-3 595
Visiteurs uniques absolus	31 407	26 168	29 383	22 212	23 683	23 368	19 996	17 300	27 203	26 157			246 877
Nouveaux visiteurs	28 016	22 526	27 916	18 957	20 312	20 119	17 221	15 117	24 118	22 700			217 002
Visites issues des moteurs	28 123	23 770	25 487	20 829	22 415	21 542	18 498	15 301	24 878	24 081			224 924
Part des moteurs	66%	66%	63%	70%	70%	68%	69%	68%	67%	67%			67%
Pages vues	150 136	133 905	143 129	104 625	107 062	109 458	90 112	74 320	121 764	121 319			1 155 830
Durée moyenne des visites	03:25	03:43	03:33	03:40	03:31	03:27	03:23	03:22	03:22	03:26			03:29
Pages par visite	3,50	3,72	3,56	3,49	3,36	3,44	3,35	3,30	3,28	3,38			3,45
Taux de rebond	54,93%	54,42%	55,96%	56,75%	57,27%	56,60%	56,45%	58,68%	58,08%	56,83%			56,47%



Remarques sur l'évolution des statistiques du mois

Tous les indicateurs sont au vert. Baisse du nombre de consultations par rapport au mois dernier (- 1 257) mais visites de meilleure qualité. Nombre de consultations bien supérieur à octobre 2016 : + 4457.

Dans les principaux sites référents, on trouve des moteurs de recherche alternatifs comme ecosia (84 visites) ou qwant (52).

Scoop.it continue est toujours présent avec 52 apports.

Parmi les sites référents, on trouve aussi une émanation de yahoo (fr.search.yahoo.com) qui a généré 160 visites ce mois-ci.

38 314 pages indexées dans google au 29 octobre

12 765 pages indexées par Bing au 31 octobre

Dates des dernières lettres électroniques : 18 octobre et 29 septembre

Lexique

Visites :	Nombre de visites effectuées par les internautes. Si un internaute est inactif pendant 30 minutes ou plus, toute activité supplémentaire sera considérée comme faisant partie d'une nouvelle visite. Si un internaute quitte le site et y accède de nouveau moins de 30 minutes après, Google Analytics ne comptabilise qu'une seule visite.
Visiteurs uniques absolus :	Toutes les visites d'un internaute enregistrées pour la période active (par exemple le mois) définie sont regroupées afin de ne comptabiliser qu'un seul visiteur unique absolu, quel que soit le nombre de jours sur lesquels les visites sont réparties et le nombre de fois que l'utilisateur a visité le site par jour. (http://www.google.td/support/googleanalytics/bin/answer.py?hl=fr&answer=57164)
Nouveaux visiteurs :	Un visiteur est considéré comme "nouveau" lorsqu'il accède pour la première fois à une page du site à partir d'un navigateur Web. Un cookie propriétaire est alors enregistré dans son navigateur. Par conséquent, les nouveaux visiteurs sont identifiés grâce à leur navigateur Web, et non à partir des informations personnelles qu'ils fournissent sur le site. (http://www.google.com/support/analytics/bin/answer.py?hl=fr&answer=113617)
Pages Vues :	Nombre total de pages consultées. Les visites répétées d'un internaute sur une même page sont prises en compte.
Durée moyenne d'une visite :	Durée moyenne écoulée entre la première et la dernière page téléchargée.
Taux de rebond :	Le taux de rebond est le pourcentage de visites d'une seule page, c'est à dire le pourcentage de visites au cours desquelles l'internaute quitte votre site dès la première page consultée. <i>Ce taux peut être différemment interprété suivant la page visée, un fort taux de rebond concernant une fiche action de formation indique que le contenu est satisfaisant pour l'internaute, un fort taux de rebond pour une page d'accueil indique que les contenus sont inadaptés aux internautes consultant le site. Un site très bien référencé sur un moteur de recherche peut générer un fort taux de rebond alors qu'un site mal indexé au niveau d'un moteur de recherche peut générer un fort taux de rebond.</i>
Part des moteurs	Visites issues des moteurs de recherche (Google, Yahoo, Bing, etc.)
Part des sites référents	Visites à partir d'un lien direct depuis un site autre qu'un moteur de recherche (ex. : alfacentre, intercarif, regioncentre) ou depuis un mail.
Part des accès directs	Visites à partir d'URL tapées directement dans le navigateur (ex. : www.etoile.regioncentre.fr , www.etoile.regioncentre.fr/orfe , www.etoile.regioncentre.fr/mlpaio) ou grâce à l'utilisation de favoris.