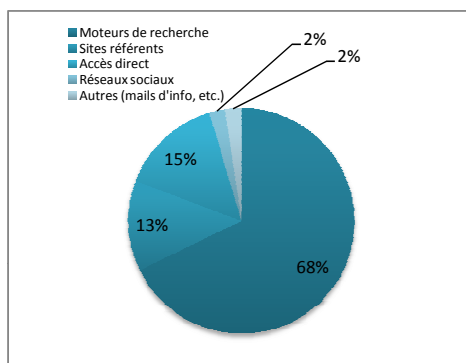


Audience

Fréquentation du site

Visites	36 918	↕
Visiteurs uniques absolus	27 378	↕
Nouveaux visiteurs	24 563	↕
Pages vues	135 537	↕
Durée moyenne des visites	00:03:36	↔
Pages par visite	3,67	↔
Taux de rebond	55,26%	↕

Trafic



Sources de trafic

	Visites	%	
Moteurs de recherche	25 038	67,8%	↕
Sites référents	4 787	13,0%	-
Accès direct	5 405	14,6%	↔
Réseaux sociaux	835	2,3%	↕
Autres (mails d'info, etc.)	853	2,3%	↕

Pages les plus consultées (hors recherches formation)

	Pages vues	%
Page accueil site	12 971	10%
Article de présentation du programme régional de formation	6 686	5%
Page accueil rubrique "Se former \ Formation"	3 599	3%
Article "Apprentis : toutes les aides"	2 565	2%
Page accueil partie pro	1 966	1%
Article "Les possibilités de financer une formation pour les DE"	1 483	1%
Article "S'orienter dans sa vie professionnelle"	1 426	1%
Base de données Offre de formation (actions + organismes)	40 298	30%

Base de données Offre de formation (actions + organismes)

Moteurs de recherche les plus utilisés

Moteur	Google	Bing	Yahoo
Part de trafic	64,9%	2,1%	0,5%
Nombre de visites	23 957	759	178

Sites référents les plus importants

	Visites
intercariforefr.org	882
pole-emploi.fr	733
alfacentre.org	324
regioncentre-valdeleire	203
jeunesocentre.fr	190
orientation-pour-tous.fr	153
fongecifcentre.com	98
centre-val-de-loire.directe.gouv.fr	58
Mission locale d'Orléans	52
centre-alternance.fr	43

Types de terminaux utilisés

	Visites	%
Micro-ordinateur	26 711	72%
Téléphone portable	8 246	22%
Tablette	1 961	5%

Part des terminaux mobiles Apple :

35,4%

Principaux réseaux sociaux

	Visites
Facebook	691
Scoop.it	31
Twitter	95

Abonnés réseaux sociaux

	Nombre
Facebook	2292 "j'aime"
Twitter	652 abonnés
Netvibes	x

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

Répartition des pages vues par rubrique

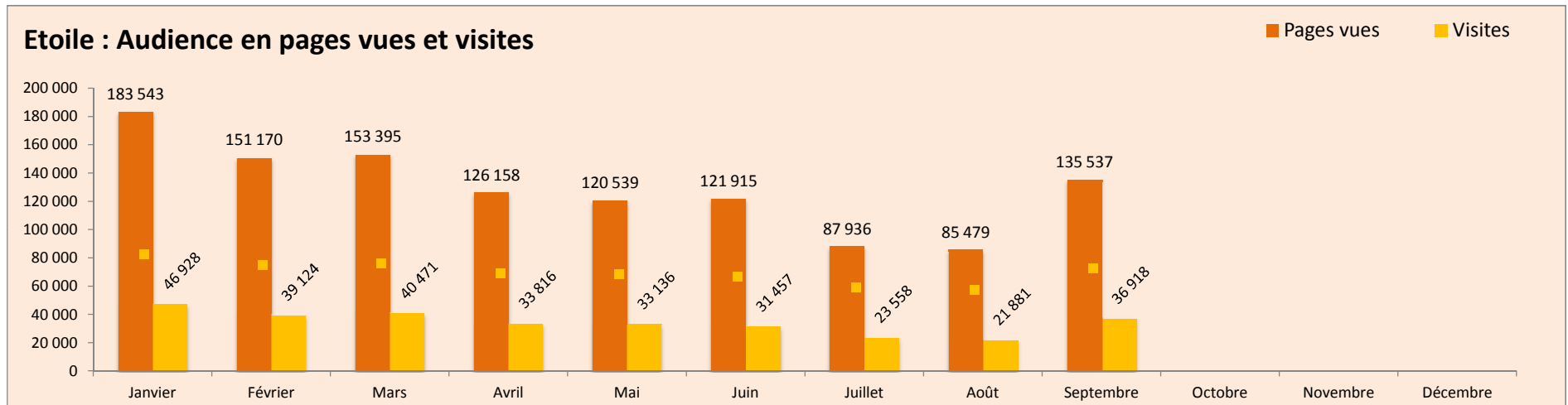
Partie public			Partie pro		
Accueil public	12 971	10%	Accueil pro	1 966	1,5%
S'orienter	11 957	9%	Ressources	2 699	2,0%
Se former	54 812	40%	Observation Analyses *	480	0,4%
Aller vers l'emploi	3 243	2%	Formation Métiers	5 934	4,4%
Evoluer	666	0,5%	Emploi Entreprises	913	0,7%
S'informer	7 798	6%	Animation des réseaux	3 875	2,9%

Visites générées par la lettre Etoile :	819 visites
soit	2,2% 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	46 928	39 124	40 471	33 816	33 136	31 457	23 558	21 881	36 918				307 289
Progression par rapport au même mois de l'année N-1	2 361	-2 268	-2 171	-525	3 423	-2 659	-5 868	-2 905	-5 540				-16 152
Visiteurs uniques absolus	35 040	28 842	29 550	25 151	24 670	23 032	17 642	16 597	27 378				227 902
Nouveaux visiteurs	32 010	25 700	26 349	22 154	21 628	20 063	15 224	14 645	24 563				202 336
Visites issues des moteurs	29 605	25 055	25 528	22 532	22 141	21 136	15 938	15 188	25 038				202 161
Part des moteurs	63%	64%	63%	67%	67%	67%	68%	69%	68%				66%
Pages vues	183 543	151 170	153 395	126 158	120 539	121 915	87 936	85 479	135 537				1 165 672
Durée moyenne des visites	03:53	03:54	03:48	03:41	03:41	03:55	03:52	04:02	03:36				03:49
Pages par visite	3,91	3,86	3,79	3,73	3,64	3,88	3,73	3,91	3,67				3,79
Taux de rebond	54,88%	55,37%	55,96%	57,23%	56,59%	53,28%	54,90%	54,79%	55,26%				55,40%



Remarques sur l'évolution des statistiques du mois

hausse des consultations par rapport au mois dernier (+ 68,7%) mais baisse par rapport à septembre 2015 (-13,0 %).

Qualité des visites contrasté :

- nombre de pages vues par visite et durée moyenne de visite la plus élevée les plus faibles de l'année,
- taux de rebond légèrement au dessous de la moyenne annuelle.

Les vacances sont terminées, 22% des visites ce mois-ci ont été effectuées à partir d'un téléphone mobile alors qu'il y en avait 25% le mois dernier, il en est de même pour les tablettes.

Les terminaux mobiles représentaient 31% des visites le mois dernier, c'est redescendu à 27% ce mois-ci.

La part de l'activité liée à l'offre de formation reste stable (30% des pages vues).

23 965 pages indexées dans google au 4 septembre,

Dates des dernières lettres électroniques : 29 et 15 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.