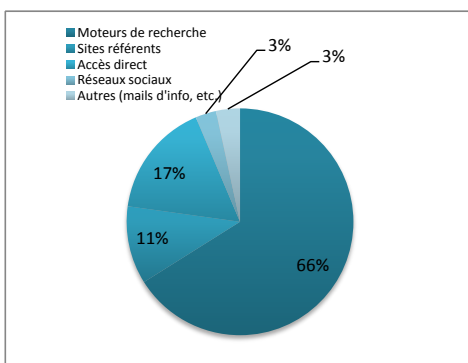


## Audience

### Fréquentation du site

Visites	35 972	↔
Visiteurs uniques absolus	26 168	↔
Nouveaux visiteurs	22 526	↔
Pages vues	133 905	↔
Durée moyenne des visites	03:43	↗
Pages par visite	3,72	↗
Taux de rebond	54,42%	↔

### Trafic



### Sources de trafic

	Visites	%	
Moteurs de recherche	23 770	66,1%	↗
Sites référents	3 997	11,1%	↔
Accès direct	5 910	16,4%	↗
Réseaux sociaux	1 063	3,0%	↗
Autres (mails d'info, etc.)	1 232	3,4%	↗

### Pages les plus consultées (hors recherches formation)

	Pages vues	%
Page accueil site	11 951	9%
Article de présentation du programme régional de formation	6 820	5%
Page accueil rubrique "Se former \ Formation"	4 013	3%
Page accueil partie pro	1 672	1%
Article "Les possibilités de financer une formation pour les DE"	1 409	1%
Article "S'orienter dans sa vie professionnelle"	1 237	1%
Article "Apprentis : toutes les aides"	636	0%
<i>Base de données Offre de formation (actions + organismes)</i>	44 859	34%

### Moteurs de recherche les plus utilisés

Moteur	Google	Bing	Yahoo
Part de trafic	62,4%	3,0%	0,6%
Nombre de visites	22 454	1 091	199

### Sites référents les plus importants

	Visites
intercariforef.org	1 153
alfacentre.org	351
moncompteformation.gouv.fr	213
regioncentre-valde Loire	178
orientation-pour-tous.fr	162
pole-emploi.fr	111
fongecifcentre.com	107
jeunesocentre.fr	89
centre-val-de-loire.directe.gouv.fr	68
onisep.fr	54

### Types de terminaux utilisés

	Visites	%
Micro-ordinateur	25 549	71%
Téléphone portable	8 660	24%
Tablette	1 763	5%

Part des terminaux mobiles Apple : 34,4%

### Principaux réseaux sociaux

	Visites
Facebook	889
Scoop.it	128
Twitter	27

### Abonnés réseaux sociaux

	Nombre
Facebook	2 4102 "j'aime"
Twitter	682 abonnés
Netvibes	x

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

Visites générées par la lettre Etoile :	1 203 visites
soit	3,3% du total

### Répartition des pages vues par rubrique

Partie public			Partie pro		
Accueil public	11 951	9%	Accueil pro	1 672	1,2%
S'orienter	11 958	9%	Ressources	3 189	2,4%
Se former	61 383	46%	Observation Analyses *	586	0,4%
Aller vers l'emploi	3 257	2%	Formation Métiers	6 422	4,8%
Evoluer	427	0,3%	Emploi Entreprises	935	0,7%
S'informer	7 814	6%	Animation des réseaux	3 287	2,5%

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											78 843
Progression par rapport au même mois de l'année N-1	-4 057	-3 152											-7 209
Visiteurs uniques absolus	31 407	26 168											57 575
Nouveaux visiteurs	28 016	22 526											50 542
Visites issues des moteurs	28 123	23 770											51 893
Part des moteurs	66%	66%											66%
Pages vues	150 136	133 905											284 041
Durée moyenne des visites	03:25	03:43											03:33
Pages par visite	3,50	3,72											3,60
Taux de rebond	54,93%	54,42%											54,70%

### Etoile : Audience en pages vues et visites

■ Pages vues ■ Visites



# Remarques sur l'évolution des statistiques du mois

Les indicateurs volumétriques sont à la baisse (nombre de visites, de pages, etc.), ce qui est assez logique car le mois de février est plus court que février et qu'il comportait cette année deux semaines de congés scolaires.

Par contre les visites sont de meilleure qualité ( plus longues, plus de pages par visite et taux de rebond plus faible).

Les réseaux sociaux capitalisent 3,0% des visites.

La part des visites à partir de téléphone mobile reste stable à 24%.

Le site intercariforef apporte à lui seul plus d'un quart des visites issues des sites référents (1153 sur 3997).

Le volume global de visites a diminué mais certains sites apportent autant de visites voir plus qu'en janvier : moncompteformation et orientationpourtous.

31 710 pages indexées dans google au 26 février

10 236 pages indexées par Bing au 25 février

Dates des dernières lettres électroniques : 2 février et 17 janvier

# 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. ( <a href="http://www.google.td/support/googleanalytics/bin/answer.py?hl=fr&amp;answer=57164">http://www.google.td/support/googleanalytics/bin/answer.py?hl=fr&amp;answer=57164</a> )
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. ( <a href="http://www.google.com/support/analytics/bin/answer.py?hl=fr&amp;answer=113617">http://www.google.com/support/analytics/bin/answer.py?hl=fr&amp;answer=113617</a> )
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. : <a href="http://www.etoile.regioncentre.fr">www.etoile.regioncentre.fr</a> , <a href="http://www.etoile.regioncentre.fr/orfe">www.etoile.regioncentre.fr/orfe</a> , <a href="http://www.etoile.regioncentre.fr/mlpaio">www.etoile.regioncentre.fr/mlpaio</a> ) ou grâce à l'utilisation de favoris.