

Analyser le trafic d'un site pour augmenter les conversions

Table des matières

Introduction.....	1
1 – Les outils de tracking.....	2
2 – Les principales sources de trafic.....	2
3 – Les pièges à éviter.....	4

Introduction

Le succès d'un site e-commerce est étroitement lié à son nombre de visites. Au-delà du simple niveau de trafic, la qualité de celui-ci est essentielle. Le trafic qualifié correspond à des visites provenant de personnes intéressées par le contenu de votre site. Ce sont des visites de personnes susceptibles de passer commande. Le but est de transformer un maximum de ces simples visiteurs en clients. On mesure cela par le biais du taux de conversion.

Généralement, les e-commerçants se préoccupent de leur nombre de visites, mais ont souvent tendance à sous-estimer l'analyse de leurs différentes sources de trafic, et en particulier, leurs conversions. Pourtant cette étude fine permet de prendre des décisions stratégiques relatives au trafic et aux investissements marketing.

Les sources de trafic sont les différents moyens permettant d'accéder à votre site. Elles peuvent être gratuites (accès directs, référencement naturel...) ou payantes (liens sponsorisés, guides d'achat, bannières...).

La répartition des sources de trafic est différente d'un site à l'autre. Néanmoins, on remarque que, pour la plupart des sites, le référencement naturel figure en première position. De nombreuses TPE-PME misent uniquement sur cette source, au détriment de nombreuses autres opportunités de développement. Nous vous recommandons par conséquent de tester différents leviers d'acquisition de trafic.

1 – Les outils de tracking

Avant d'investir du temps et de l'argent dans l'acquisition de trafic, il est indispensable de disposer d'un outil de tracking performant. L'analyse et le reporting de données est une spécialité à part entière appelée « Web analytics ».

Aujourd'hui, des outils de mesure d'audience, comme Google Analytics, fournissent des données et statistiques détaillées sur le trafic d'un site et ses origines mais également sur les comportements et usages des internautes. Avec quelques bonnes bases et surtout beaucoup de bon sens, tout e-commerçant peut obtenir des informations cruciales pour analyser ses visites et ainsi investir sur les canaux les plus rentables pour son site.

Rappelons d'ailleurs que Google Analytics est un outil gratuit et pré-installé dans le logiciel PowerBoutique. Nous vous recommandons de le mettre en place sur votre site, si vous ne l'avez pas déjà fait.

2 – Les principales sources de trafic

2-1 Le référencement naturel

La première source de trafic est le référencement naturel. Grâce à un algorithme de classement, les moteurs décident quels sont les sites les plus pertinents pour la recherche tapée par l'internaute. Pour cela, ils prennent en compte le contenu, les balises, les liens pointant vers le site et de nombreux autres critères.

Malgré ce que le mot « naturel » peut laisser penser, les bons positionnements ne s'obtiennent pas sans réaliser un important travail d'optimisation du site. Sans l'aide d'un référenceur, difficile d'espérer de bons résultats sur des secteurs concurrentiels.

L'erreur souvent commise est de concentrer ses efforts sur un mot clé inadapté pour lequel il est difficile de se positionner (comme, par exemple, un mot clé trop générique ou un mot clé un peu trop éloigné du contenu du site...). Quand bien même on arrive à se positionner sur le mot en question, on se rend vite compte que les visites obtenues aboutissent rarement à des ventes. Généralement, le temps alors passé sur le site et le nombre de pages vues sont faibles. Le pourcentage de personnes ne consultant qu'une seule page – ce que l'on appelle le taux de rebond – est lui très élevé. Ces 3 indicateurs, auxquels il faut bien évidemment ajouter le taux de conversion, permettent de s'assurer qu'un trafic est qualifié. Et cela est valable pour toutes les sources.

2-2 Les liens sponsorisés

Les liens sponsorisés (ou commerciaux) correspondent à l'achat d'annonces publicitaires. Celles-ci apparaissent sur les pages de résultats des moteurs de recherche et de leurs partenaires. La régie la plus connue est Google AdWords.

Les avantages de cette source de trafic : vous choisissez les mots clés sur lesquels vous souhaitez apparaître, le message que vous affichez pour inciter l'internaute à visiter votre site, le coût par clic que vous êtes prêt à payer ainsi que les horaires d'affichage. C'est idéal pour identifier les mots clés qui convertissent le mieux.

Dernier avantage et non des moindres : vous maîtrisez totalement votre budget et pouvez facilement le faire évoluer en fonction du retour sur investissement (R.O.I) obtenu.

2-3 Les guides d'achat

Les guides d'achat sont également une source de trafic payante intéressante. Un guide d'achat regroupe les offres de milliers de marchands. Il centralise les catalogues de nombreuses e-boutiques. Il aide l'internaute dans sa consultation et sa comparaison de différentes offres, les rendant ainsi plus rapides et aisées.

Le guide d'achat se rémunère généralement par un coût par clic, c'est-à-dire que vous êtes facturé en fonction du nombre de visites envoyées.

2-4 Les réseaux sociaux

Plus récents que les autres sources présentées, mais non moins connus, les médias sociaux quant à eux, ont surtout un impact en termes de notoriété et de valorisation de votre image de marque plutôt qu'en termes de conversion.

Vous pouvez néanmoins tester très facilement ce levier en créant votre page Facebook ou votre compte Twitter.

Par ailleurs, pensez à favoriser la promotion des pages de votre site sur les réseaux sociaux en ajoutant des boutons de partage sur vos fiches produits. Vos visiteurs pourront ainsi en un clic montrer à leurs amis ou abonnés les produits qui leur plaisent ou qu'ils recommandent.

3 – Les pièges à éviter

Il faut absolument éviter de trop dépendre d'une seule source de trafic, même si celle-ci est gratuite.

Prenons l'exemple d'un site avec un excellent référencement naturel lui générant 80 % de ses ventes. Ce site n'est pas à l'abri que son référencement baisse du jour au lendemain à cause d'un changement d'algorithme de Google. Il se retrouve alors immédiatement face à une baisse importante de son chiffre d'affaires. Anticiper cela en diversifiant ses sources de trafic permet de limiter les pertes et de mieux rebondir. Il est en effet préférable d'être dans une phase d'apprentissage et d'analyse d'une nouvelle source quand tout se passe bien, plutôt qu'en situation de crise.

Ce tutoriel est loin d'être exhaustif concernant les sources de trafic potentielles pour votre site. Il en existe de nombreuses autres, à la fois différentes et complémentaires.

Ne pas hésiter à tester différentes sources sans oublier d'en analyser les performances. Ne pas tester, c'est passer à côté de belles opportunités et limiter le développement de son activité. Ne pas analyser, c'est prendre le risque de perdre de l'argent à cause de faibles conversions.