



Cours Informatique commerciale



Auteur : C. Terrier ; <mailto:webmaster@cterrier.com> ; <http://www.cterrier.com>

Utilisation : Reproduction libre pour des formateurs dans un cadre pédagogique et non commercial

Evaluation et analyse de la fréquentation d'un site

Tout administrateur de site souhaite évaluer les performances de son site. Il existe un certain nombre d'outils destinés à évaluer la fréquentation d'un site internet.

1. Critère d'évaluation

Les critères d'évaluation sont les suivants :

- **Sites** : Représente le nombre de sites à partir desquels les visiteurs se sont connecté au site internet évalué.
- **Visite** : Représente le nombre de visiteur unique à s'être connecté au site internet évalué. Cette notion est celle qui est la plus utilisées pour comparer la fréquentation des sites. Une personnes qui vient 50 fois sur le site est moins intéressantes que 50 personnes qui viennent 1 fois)
- **Ko** : Chaque fichier chargé représente un poids en kilo-octet, cette donnée indique le poids des fichiers téléchargés
- **Pages** : Nombre de pages web ouvertes par jour ou par mois (Une page Web est une page au format html)
- **Fichiers** : Nombre de fichiers ouverts (Une page Web doit être distingué d'autres fichiers qui ne sont pas des pages Web : fichier Flash, fichier PDF etc.)
- **Hits** : Nombre d'éléments constitutifs d'une page ouvert (Une page peut contenir des images, des liens, etc.) chaque élément chargé génère un hit.

2. Outils d'évaluation

Ces outils sont compris dans le prix d'hébergement du site et sont accessibles à partir de la console d'administration

- WebAlizer est le plus connu
- Fluxtrad
- Etc.

3. Accroître la fréquentation de son site

La fréquentation d'un site dépend et de son référencement, de son intérêt,

31. Le référencement

Le référencement consiste à enregistrer le site internet et les pages internet dans les bases de données des moteurs de recherche : **Google, Yahoo, msn, Lycos** etc. La plus part des moteurs enregistrent aujourd'hui plusieurs milliards de pages Web.

Plus un site est référencé auprès d'un grand nombre de moteurs, plus il est susceptible d'être trouvé et donc visité par les personnes qui font des recherches.

- **Mots clés**

Le référencement d'une page est réalisé à partir des mots clés (ou **métadonnées**) attachés à chaque page Web. Ces mots clés sont paramétrés par le webmaster ou le créateur de la page internet lors de sa sauvegarde. Ces mots clés sont lus par les moteurs de recherche lors du référencement et sont utilisé par le moteur pour rattacher la page à des catégories, des idées ou des mots associés.

Exemple : Une page Web qui décrit les modalités de calcul aux congés payés aura pour mot clé : Congés payés, droit social, vacances, droit du travail

- **Méthode d'indexation**

Lors d'un référencement le moteur de recherche utilise un robot d'indexation (ou Web crawler) qui explore le web et accède au site par la page d'accueil qui s'appelle **Index**. Puis, il suit tous les liens hypertextes et ouvre les pages affichées. Il enregistre dans sa base de données le chemin d'accès de chaque page et les mots clés associés à chaque page.

Lorsqu'un internaute réalise une requête, le moteur va rechercher dans sa base de données les pages associées aux mots clés qui ont été répertoriées lors de l'indexation et affiche les résultats trouvés.

Astuce : Il est essentiel d'attribuer des mots clés significatifs à chaque page pour quelles soient le mieux possible indexées.

Référencement naturel : Consiste à mettre son site en ligne et à laisser les moteurs de recherche venir trouver le site et à référencer les pages par des robots d'indexation. Cette méthode dite naturelle est déconseillé car elle trop lente.

Référencement forcé :

Référencement personnel consiste à se rendre sur chaque moteur de recherche et à indiquer l'adresse internet du site à référencer pour que le robot d'indexation vienne visiter et référencer le site et les pages du site. Cette technique est longue et laborieuse.

Référencement automatisé : Des programmes ou des sites proposent de référencer les sites directement auprès des moteurs de recherche. Cette technique permet d'accéléré le référencement et d'être référencé auprès d'un plus grand nombre de moteurs. Ces programmes sont gratuits ou payants. Les programmes apyants offrent un meilleur référencement.

32. Intérêt d'un site

Le référencement est la première raison pour laquelle un internaute **vient** sur un site mais l'intérêt du site est la première raison pour laquelle un internaute **revient** sur ce site.

33. Google AdWords

Sur Google, il est possible d'acheter des mots clé auprès de Google dans le cadre du programme Google AdWords. L'achat de mots clés permet d'apparaître dans la liste des liens sponsorisés. Les mots clé sont mis aux enchères par Google et celui qui paye le plus chère apparaît devant celui qui paye moins dans les liens sponsorisés.

Ces enchères sont constantes et peuvent être programmées par les sociétés afin de constamment rester en tête de liste pour le cas où une société viendrait à surenchérir. Inversement des plafonds peuvent être programmés pour éviter des coûts exorbitants pour la société qui participe à ce type de programme.

La société qui achète un mot, ne verse un droit à Google qui si le lien est cliqué par un internaute. Le coût (sauf fraude) est donc un coût productif qui n'existe pas si personne ne clique le lien.

Liens sponsorisés

The image shows a screenshot of a Google search results page for the keyword "ordinateur". The browser is Microsoft Internet Explorer. The search results are displayed in French. The top section is labeled "Web" and shows "Résultats 1 - 10 sur un total d'environ 43 100 000 pour ordinateur (0,13 secondes)". Below this, there are several search results. The first three are sponsored links, indicated by the label "Liens commerciaux" on the right. These links are: "Dell FR - Site Officiel" (www.Dell.com/fr) with a 200€ discount, "Outsourcing informatique" (www.informatique-developpement.com), and "Ordinateur portable" (www.toshiba-europe.com/fr). The remaining results are organic search results, including news articles from Gartner, Neteco, and Futura Sciences, a Wikipedia entry for "Ordinateur", and a link to "Ordinateur portable PC (Samsung, Sony, HP, Panasonic, Acer, Asus ...)". On the right side of the page, there is a sidebar with more sponsored links, also labeled "Liens commerciaux", including "Ordinateur", "Ordinateurs en Promo", "Revendeur Informatique", "Dépannage Informatique", and "Dell Ordinateur - Promo". A diagram with the title "Liens sponsorisés" has two arrows pointing to the sponsored links in the main results and the sidebar.

34. Google Adsens

Le programme Google Adsens permet à un site d'être rémunéré par Google lorsqu'il place des composants Google sur son site. Ces composants peuvent être un moteur de recherche, des pages de publicité

- **Un moteur de recherche:** Ce moteur ajouté au site permet à un internaute de réaliser des recherches dans une fenêtre Google à l'intérieur du site ou sur l'internet. Lorsqu'un internaute utilise le moteur Google du site, il assure un revenu au détenteur du site.



Exemple :

- **Les publicités :** L'administrateur d'un site peut insérer dans ses pages des espaces réservés à des publicités de Google. A l'ouverture de la page, Google affiche dans ces espaces réservés des publicités contextuelles en fonction du contenu des pages affichées. Si un internaute clique une publicité, le responsables du site perçoit un revenu.

Ce type de revenus peut être assez intéressant et on voit de plus en plus apparaître des sites qui mélangent des contenus propres au site et des publicités Google. Ce qui conduit l'internaute cliquer par inadvertance des publicités, en pensant cliquer un élément du site. Ce sont de véritables pièges à cliques qui peuvent s'avérer très rémunérateur pour l'administrateur du site.

Exemple : Lien sans ambiguïté Liens sponsorisés ambiguës sur l'origine des contenus

Announces Google:

BTS Notariat
 Inscription BTS en ligne
 Diplôme d'Etat bac+2
 www.1cooges.fr/bts/notariat.php

Ecole Supérieure EPICOM
 Du BTS au Bac+5 et diplômes FEDE
 Formation en alternance et initial
 www.ecole-epicom.com

BTS Com. des Entreprises
 Formation diplômante BAC+2
 Contact/inscription: 01 43 46 22 22
 www.efficom.fr

EIM International
 Management de transition, management de crise
 www.france-eim.com/

Bts Esthétique
 Formation à Distance de Qualité. Nous vous Proposons des Stages !
 Karis-Formation.com/BTS_Estht

Catégories
 BTS MUC - Présentation
 Les stages en BTS MUC
 ACRC - Analyse et Conduite de la Relation Commerciale
 PDUIC

À retenir

Dossier ACRC - Partie examen
BTS MUC - BTS NRC **Référentiel compétences**
 Préparez votre BTS à distance Documentation gratuite Logiciel TalentSoft : gérez et évaluez vos salariés et compétences
Partie du dossier servant de support au déroulement de l'épreuve
 Le candidat doit produire un dossier descriptif de son activité et des diverses missions qu'il a réalisées en entreprise(s) au cours de ses stages. Ce dossier est en grande partie semblable aux éléments déjà fournis à la commission d'évaluation.
 Le dossier fourni par le candidat au jury le jour de l'épreuve est structuré en quatre grandes parties :
 un descriptif de l'unité commerciale dans son contexte géographique, organisationnel et commercial (trois pages au maximum) ;
 un descriptif du système d'information commerciale de l'unité commerciale (deux pages au maximum) ainsi que les utilisations qu'il a pu faire des ressources informatiques dans le cadre de ses relations avec la clientèle et du management opérationnel de l'équipe de vente (une fiche d'une page maximum par type d'utilisation) ;
 un récapitulatif des activités ponctuelles et des missions et confiées dans le cadre de ses relations avec la clientèle ainsi qu'un descriptif de chaque mission (fiche bilan comportant une analyse synthétique et une auto-évaluation) ;
 un récapitulatif des activités ponctuelles et des missions confiées dans le cadre du management opérationnel de l'équipe commerciale, ainsi qu'un descriptif de chaque mission (fiche bilan comportant une analyse synthétique et une auto-évaluation).
 Le candidat peut également apporter le jour de l'épreuve tout autre document qu'il estime pouvoir venir en appui de sa prestation (des annexes : plan de magasin, argumentaire, fiche produit ...).
L'ensemble de ces documents peut être téléchargé dans l'annexe MUC (cliquez ici)
BTS MUC - BTS NRC **Référentiel compétences**
 Préparez votre BTS à distance Documentation gratuite Logiciel TalentSoft : gérez et évaluez vos salariés et compétences
Announces Google

4. Mode de recherche des moteurs

Les premiers moteurs de recherche affichaient les pages trouvés en les classant sur leur fréquentation. (AltaVista, Yahoo etc.). Les 10 premières pages affichées étaient donc les 10 pages les plus vues par les internautes.

En 1998, Larry Page et Sergey Brin, les créateurs de Google ont mis au point un moteur de recherche (pageRank) qui utilise un nouvel algorithme de classement des pages. Ces dernières sont classées sur le nombre de liens qui pointent vers une page. A l'usage, cet algorithme s'avère bien plus pertinent que le simple nombre d'ouvertures d'une page dans la mesure où une page qui fait l'objet de nombreux liens et une page sélectionnées par des internautes pour son intérêt. Ce qui explique pourquoi ce type de référencement est plus performant.

Aujourd'hui Google est utilisé dans 70 à 80 % des recherches sur l'internet selon les pays.