



STRATÉGIE INTERACTIVE
INTERACTIVE STRATEGY

Rapport Trimestriel SEO

DU 1ER JUILLET AU 30 SEPTEMBRE 2008

PRÊT SANS FRAIS

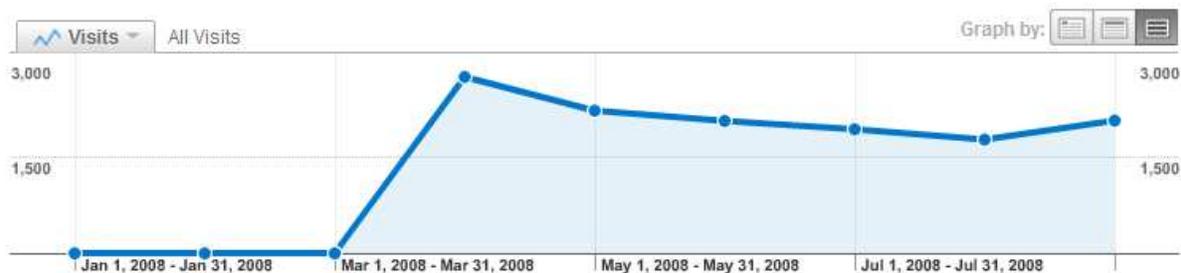
www.pretsansfrais.com

AUTEUR : NICOLAS CLICHE

TABLEAU DE BORD

Visiteurs	Q2 2008	Q3 2008	Changement %
Visiteurs Uniques	5,866	4786	-18.41%
Visites	Q2 2008	Q3 2008	Changement %
Visites (Organiques)	6413	5271	-17.81%
Visites (PPC)	7	4	-42.86%
Visites (Directes)	369	268	-27.37%
Visites (Référant)	272	253	-6.99%
Visites (Totales)	7,061	5792	-17.97%
Nombre de visites par visiteur	1.20	1.21	0.85%
But: Contact - FR			
Conversions	5	8	60.00%
Taux de Conversion	0.07 %	0.14 %	100.00%
But: Contact - ES			
Conversions	0	0	0 %
Taux de Conversion	0 %	0 %	0 %
Pages Vues	Q2 2008	Q3 2008	Changement %
Page Vues	13,548	11,775	-13.09%
Pages Vues Par Visite	1.92	2.03	5.73%
Temps moyen passé sur le site	0:01:05	0:01:13	12.31%

TABLEAU DE BORD (SUITE)



FAITS SAILLANTS

- ❖ Le nombre de visiteurs uniques, en nombres absolus, a diminué (18%) entre le deuxième et le troisième trimestre en 2008, ce qui est normale étant donné la période de l'année généralement moins achalandée.
- ❖ Les visites totales ont aussi diminué de 18% comparé au trimestre passé, majoritairement à cause de la baisse de 27% en visites directes. Il y a eu en moyenne 63 visites par jour sur le site au 3^e trimestre.
- ❖ Les visites provenant des engins de recherche ont diminué de 18% par rapport au dernier trimestre. Cette source de trafic est plutôt stable et compte maintenant pour près de 91% du trafic total grâce au travail effectué par NVI dans Google, mais également dans Live et MSN.
- ❖ Il y a eu près de 11 700 pages vues au cours du trimestre passé, une diminution de 13%. Par contre, nous pouvons voir que le trafic est donc de meilleure qualité étant donné l'augmentation des pages vues par visite et l'augmentation du temps passé sur le site.

PROFIL DES VISITEURS

Site Usage		Goal Conversion			Views:    	
Visits 5,525 Previous: 6,817 (-18.95%)	Pages/Visit 2.04 Previous: 1.92 (6.22%)	Avg. Time on Site 00:01:13 Previous: 00:01:05 (12.41%)	% New Visits 77.94% Previous: 77.76% (0.23%)	Bounce Rate 64.71% Previous: 65.89% (-1.80%)		
Detail Level: <input type="button" value="City"/>		Visits ↓	Pages/Visit	Avg. Time on Site	% New Visits	Bounce Rate
1. Montreal						
July 1, 2008 - September 30, 2008	1,862	1.98	00:01:14	71.16%	67.29%	
April 1, 2008 - June 30, 2008	1,346	1.88	00:01:01	70.58%	67.01%	
% Change	38.34%	5.23%	21.45%	0.82%	0.42%	
2. Mont-Royal						
July 1, 2008 - September 30, 2008	580	2.28	00:01:27	76.21%	60.52%	
April 1, 2008 - June 30, 2008	0	0.00	00:00:00	0.00%	0.00%	
% Change	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	
3. Vanier						
July 1, 2008 - September 30, 2008	270	2.09	00:01:07	82.96%	64.44%	
April 1, 2008 - June 30, 2008	0	0.00	00:00:00	0.00%	0.00%	
% Change	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	
4. St-Lambert						
July 1, 2008 - September 30, 2008	253	1.87	00:00:59	80.63%	64.03%	
April 1, 2008 - June 30, 2008	0	0.00	00:00:00	0.00%	0.00%	
% Change	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	
5. Longueuil						
July 1, 2008 - September 30, 2008	201	1.91	00:00:58	86.07%	67.66%	
April 1, 2008 - June 30, 2008	0	0.00	00:00:00	0.00%	0.00%	
% Change	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	

ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES VISITEURS

- ❖ Plus de 95% du trafic provient du Canada.
- ❖ La majorité des visiteurs du Canada sont de la région de Montréal (44%) ce qui est excellent étant donné qu'ils composent le marché cible du site www.pretsansfrais.com. Ils sont d'ailleurs plus nombreux de 38% depuis le trimestre précédent.

DÉTAIL DU TRAFIC

1. SOURCE DÉTAILLÉE DU TRAFIC – TOP 5

Site Usage		Goal Conversion		Views:    		
Visits	Pages/Visit	Avg. Time on Site	% New Visits	Bounce Rate		
5,792 Previous: 7,061 (-17.97%)	2.03 Previous: 1.92 (5.96%)	00:01:13 Previous: 00:01:05 (12.15%)	78.50% Previous: 78.20% (0.38%)	64.99% Previous: 66.07% (-1.64%)		
Source/Medium	Visits ↓	Pages/Visit	Avg. Time on Site	% New Visits	Bounce Rate	
1. google / organic						
July 1, 2008 - September 30, 2008	3,422	1.88	00:01:06	79.51%	69.73%	
April 1, 2008 - June 30, 2008	4,374	1.83	00:00:58	80.45%	68.45%	
% Change	-21.76%	3.23%	14.70%	-1.17%	1.86%	
2. live / organic						
July 1, 2008 - September 30, 2008	1,273	2.41	00:01:31	79.26%	54.36%	
April 1, 2008 - June 30, 2008	1,459	2.18	00:01:20	75.05%	57.78%	
% Change	-12.75%	10.82%	13.11%	5.61%	-5.92%	
3. yahoo / organic						
July 1, 2008 - September 30, 2008	290	1.84	00:01:06	73.79%	68.62%	
April 1, 2008 - June 30, 2008	419	1.90	00:01:14	66.83%	70.41%	
% Change	-30.79%	-3.19%	-11.18%	10.43%	-2.54%	
4. direct / (none)						
July 1, 2008 - September 30, 2008	268	2.04	00:01:29	61.94%	65.30%	
April 1, 2008 - June 30, 2008	369	1.90	00:01:08	70.73%	66.94%	
% Change	-27.37%	7.40%	30.36%	-12.43%	-2.45%	
5. msn / organic						
July 1, 2008 - September 30, 2008	208	2.52	00:01:38	75.00%	51.44%	
April 1, 2008 - June 30, 2008	82	2.10	00:01:19	71.95%	62.20%	
% Change	153.66%	20.10%	23.51%	4.24%	-17.29%	

- ❖ Les 3 principales sources de visites sont le Google (trafic organique), Live (trafic organique) et Yahoo (trafic organique).
- ❖ Presque toutes les sources ont connu une baisse durant le troisième trimestre, ce qui est signe d'une baisse saisonnière généralisée.
- ❖ Le taux de rebond, soit le nombre de visiteurs ayant quitté le site après avoir vu seulement une page de contenu pour ne jamais revenir, est assez élevé pour des visites organiques (la moyenne est de 40%).

DÉTAIL DU TRAFIC (SUITE)

2. SOURCE DÉTAILLÉE DU TRAFIC – TOP 20 MOTS-CLÉS ORGANIQUE

Visits [?] 5,267 % of Site Total: 90.94%		Pages/Visit [?] 2.03 Site Avg: 2.03 (-0.03%)		Avg. Time on Site [?] 00:01:13 Site Avg: 00:01:13 (0.57%)		% New Visits [?] 79.21% Site Avg: 78.45% (0.97%)		Bounce Rate [?] 65.24% Site Avg: 64.99% (0.38%)	
Dimension: <input type="text" value="Keyword"/>		<u>Visits</u> ↓	<u>Pages/Visit</u>	<u>Avg. Time on Site</u>	<u>% New Visits</u>	<u>Bounce Rate</u>			
1.	multipret	561	2.54	00:01:36	73.80%	50.62%			
2.	multi pret	317	2.17	00:01:38	75.08%	55.84%			
3.	hypothèque	265	2.33	00:01:24	58.87%	61.89%			
4.	multi-pret	166	2.10	00:01:04	87.35%	59.64%			
5.	taux hypothecue	153	1.66	00:00:39	64.71%	78.43%			
6.	taux hypothécaire	113	2.29	00:01:23	76.11%	59.29%			
7.	multiprêt	104	2.60	00:01:55	75.96%	41.35%			
8.	prets hypothecaire	101	1.19	00:00:27	1.98%	95.05%			
9.	multi prets	88	1.78	00:00:27	76.14%	71.59%			
10.	multi-prêt	84	2.08	00:01:23	78.57%	59.52%			
11.	taux hypothecaire	73	2.38	00:01:52	90.41%	57.53%			
12.	multi pret hypothecue	68	2.46	00:01:11	85.29%	50.00%			
13.	hypothèque	67	1.58	00:00:53	88.06%	77.61%			
14.	calculateur d'hypothèque	64	1.23	00:00:22	93.75%	85.94%			
15.	pret hypothecaire	63	2.08	00:01:22	63.49%	65.08%			
16.	pret hypothecue	62	2.29	00:01:25	93.55%	64.52%			
17.	calcul d'hypothèque	60	1.32	00:00:50	80.00%	78.33%			
18.	multi-prets	51	2.41	00:02:00	80.39%	54.90%			
19.	multiprets	51	1.86	00:01:51	78.43%	76.47%			
20.	multi prêt	46	2.46	00:01:40	82.61%	56.52%			

- ❖ Le top 5 des mots clés ayant généré le plus de visites est : « multi-pret », « hypothecue », « taux hypothecaire », « prêt hypothecaire » et « calculateur d'hypothèque ».
- ❖ Certains mots clés comme « multi-prêt » et « hypothecue » offrent des visites de meilleures qualités si on regarde le nombre de pages vues par visite et le temps passé sur le site.
- ❖ Nous avons préparé une liste de mots clés que nous allons cibler dans le but de concentrer nos efforts.

DÉTAIL DU TRAFIC (SUITE)

3. VISITES GLOBALES EN FONCTION DES DIFFÉRENTS MOTS CLÉS

AVRIL	2,520 visites via 717 keywords
MAI	2,007 visites via 623 keywords
JUIN	1,886 visites via 602 keywords
JUILLET	1,764 visites via 613 keywords
AOÛT	1,610 visites via 557 keywords
SEPTEMBRE	1,893 visites via 639 keywords

- ❖ Un remarque une certaine baisse dans le nombre de visites et de mots clés pour Pretsansfrais.com au cours de l'été, à laquelle nous allons remédier avec un effort plus soutenu en linkbuilding.

4. LIENS

Yahoo Linkdomain: [83 liens](#).

- ❖ Voici le nombre de liens pointant vers le site de pretsansfrais.com disponible avec l'explorateur de site de Yahoo.
- ❖ Pour avoir ce type de données de la part de Google webmaster central permettant d'obtenir plus de statistiques sur l'indexation du site, Pretsansfrais.com devrait installer une balise Google dans son code.

5. ANALYSES DU RANG DES THÈMES PRINCIPAUX DE MOTS-CLÉS

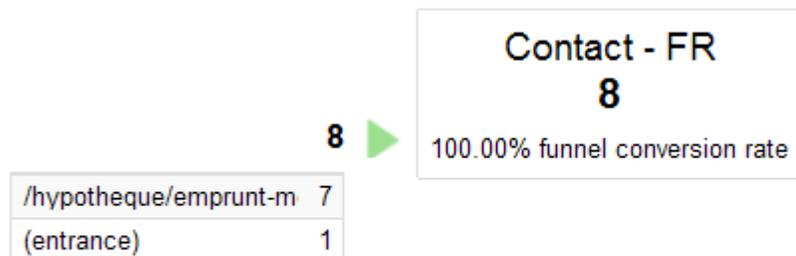
- ❖ Voici les thèmes et leurs mots clés qu'NVI va cibler lors du prochain trimestre ainsi que les rangs de ces mots-clés dans les engins de recherche.
- ❖ **Thème #1: Hypothèque**
Ce thème inclus les mots clés suivants :
 - hypothèque (position 11),
 - hypothèque (position 12),
 - hypothèque inversee,
 - hypothèque montreal (position 5),
 - hypothèque taux fixe (position 23),
 - hypothèque ing direct (position 6),
 - financement hypothèque (position 1)
- ❖ **Thème #2: Hypothécaire**
Ce thème inclus les mots clés suivants :
 - courtier hypothécaire (position 39),
 - courtier hypothécaire (position 55),
 - pret hypothécaire (position 10),
 - taux hypothécaire (position 16),
 - taux hypothécaire desjardins (position 3),
- ❖ **Thème #3: Multi-prêt**
Ce thème inclus les mots clés suivants :
 - multi pret (position 3),
 - multi prêt (position 4),
 - multi pret hypothèque (position 5),

ANALYSE DE CONVERSIONS

1. STATISTIQUES DE CONVERSION ET RÉSULTATS

- ❖ Goal #1 = Contact FR (/?action=sendmaildone)
- ❖ Nombre de conversions = 8

2. ANALYSE DU TUNNEL DE CONVERSION



- ❖ Il y a eu 8 conversions sur le site durant le troisième trimestre, une légère amélioration.

3. CONVERSIONS - SOURCES

Source/Medium	Visits ↓	Contact - FR	Contact - ES	Goal Conversion Rate	Per Visit Goal Value
1. google / organic	3,422	0.15%	0.00%	0.15%	\$0.00
2. live / organic	1,273	0.08%	0.00%	0.08%	\$0.00
3. yahoo / organic	290	0.00%	0.00%	0.00%	\$0.00
4. (direct) / (none)	268	0.75%	0.00%	0.75%	\$0.00
5. msn / organic	208	0.00%	0.00%	0.00%	\$0.00
6. toile.com / referral	123	0.00%	0.00%	0.00%	\$0.00
7. nvisolutions.com / referral	62	0.00%	0.00%	0.00%	\$0.00
8. ask / organic	40	0.00%	0.00%	0.00%	\$0.00
9. google.ca / referral	19	0.00%	0.00%	0.00%	\$0.00
10. search / organic	11	0.00%	0.00%	0.00%	\$0.00

- ❖ Les meilleures sources pour la conversion sont le trafic direct, Google (organique) et Live (organique)

SEO - OPERATIONS

1ER JUILLET AU 30 SEPTEMBRE 2008

Date	Action	Temps
30 juillet 2008	Rapport trimestriel	2.25
26 août au 15 septembre 2008	Ajout de liens pointant vers le site – utilisation des annuaires gratuits et payants en français	10.75
25 septembre 2008	Maillage interne (interlinking entre les pages)	2.00
Total		13.00

Q3 - CONCLUSION

- ❖ Le trafic a connu une légère baisse sur le site, probablement due à des raisons saisonnières.
- ❖ Le trafic provenant des engins de recherche compte pour plus de 90% du trafic total sur le site de pretsansfrais.com.

Q4 - RECOMMANDATIONS

SEO

- ❖ Effort de linkbuilding doit continuer sur les mots clés que nous avons ciblés afin d'augmenter la position de ceux-ci dans les rangs des engins de recherche.
- ❖ Installation de Google webmaster Central.
- ❖ Analyse des conversions et travail pour améliorer cet aspect du site.