

Analyse de l'audience du site montagne-paysbasque.com

Le site est en ligne depuis février 2012. Toutefois, compte-tenu des nombreux bugs à régler lors de sa mise en ligne et une audience jugée plutôt locale et de curiosité pour le nouvel outil en mars et avril 2012, **le comparatif 2012 / 2013 a été fait du mois de mai au mois de septembre.**

Données générales :	2012	2013
Visiteurs uniques :	17 264	19 992
Pages vues :	79 674	81 376
Pages vues / visite :	3,68	3,37
Durée moyenne/ visite :	3 ''	2,30 ''
Taux de rebond :	54,95 %	53,20 %
Nouveaux visiteurs :	78,4 %	80,6 %
Visiteurs déjà venus* :	21,6 %	19,4 %

Source de trafic :	2012	2013
	1-google	1-google
	2-OT St Palais	2-direct*
	3-direct*	3-OT St Palais
	4- OT Soule	4-Liens sphère Google
	5- bing	5-bing
	6- voila	6-yahoo

Visites plus qualitatives (durée moyenne et taux de rebond) via les liens référents des OT

Réseaux sociaux : pas significatif (une centaine de visites)

*les adresses IP des OT ne sont pas exclues des statistiques

Résultats naturels :	2012	2013
	1-not provided*	1-not provided*
	2- Iraty	2-ferme auberge pays basque
	3- montagne basque	3-pays basque en camping car

4- pays basque en camping car	4-montagne basque
5- cavalcade Irissarry	5-pays basque
6- montagne Pays Basque	6-restaurant col Gamia
7- gite Pays Basque	7-gite pays basque
8- camping Pays Basque	8-restaurant gastronomique pays basque
9- gorges de Kakuetta	9-aires de camping car au pays basque

Durée moyenne de la visite plus importante et taux de rebond plus bas sur les mots clés « montagne basque » et « montagne pays basque »

Pages les plus consultées :

2012	2013
1-accueil	1-accueil
2-listing gites (synd)	2-listing aires CC (synd)
3-Iraty (article)	3-listing locations (synd)
4 -listing aires CC (synd)	4-listing location error 404 (!)
5-listing campings (synd)	5-listing campings (synd)
6-listing hotels (synd)	6-randonnée (synd)
7-sites naturels (menu)	7-listing prod. Irouléguay (synd)
8-randonnées (synd)	8-sites naturels (menu)
9-Kakuetta (article)	9-listing chambres d'hôtes (synd)
10-chambres d'hôtes (synd)	10-forêt d'Iraty (résultat synd)

Analyse affinée du 01/05 au 30/09/2013

Les fonctionnalités du moteur de recherche ne sont pas utilisées pour les hébergements. Seules les icônes correspondant aux rubriques sont cliquées, le menu déroulant des types d'hébergement et zones géographique n'est pas cliqué. **Le moteur de recherche, bien que placé au cœur du site, ne remplit pas son rôle.**

Les listings de résultat des hébergements sont cliqués à partir du menu par rubrique au dessus du moteur de recherche.

Onglet Séjourner :

Les taux de clic sur les fiches hébergement sont très faibles (de 0 à 5 clics par fiche pour les locations, de 1 à 25 clics pour les chambres d'hôtes, le nombre de clics baisse significativement après la 1^{ère} page de la liste de résultats (ce qui confirme la non utilisation du moteur de recherche), le nombre de clics augmente en fonction la qualité de la photo d'appel et selon le titre de la fiche (pour les locations, clics systématiques sur les fiches intitulées « maison », absence quasi totale de clics sur les fiches ayant pour titre le nom du propriétaire sauf si la photo d'appel est attractive)

Onglet se divertir :

Le sous-menu rando est le plus cliqué mais il ouvre un listing de résultat de prestataires et non d'itinéraires, du coup le nombre de clics est faible (1 à 11 clics par fiche)

Sous-menu site naturels : 2^{ème} menu le plus cliqué, ouvre sur un sous-menu des **sites naturel qui obtiennent 70 à 121 clics** par fiche, record détenu par Holzarte et Kakuetta.

Sous-menu eaux vives : seulement 1 à 11 clics par fiche sur le listing de résultat de prestataires

Sous-menu temps forts : 6 à 24 clics sur les événements proposés

Sous-menu agenda : pas d'utilisation du moteur de recherche par date

Onglet déguster :

Sous-menu restaurants : 40 à 70 clics sur les onglet gastronomie et cuisine traditionnelle mais déperdition sur les fiches dès la 2^{ème} page du listing de résultat (91 résultats sans moyen d'affiner la recherche)

Sous-menu dégustation : 3 à 10 clics sur les fiches, sauf pour **les producteurs d'Irouléguy qui ont en moyenne 30 clics par fiche**

Onglet découvrir :

Sous-menu incontournables : peu de clics (ex : Kakuetta n'obtient que 20 clics par cette entrée alors qu'il est cliqué 131 fois par l'entrée site naturel)

Sous-menu villes et villages : peu de clics

Sous-menu Le Pays Basque : 40 clics en moyenne par thème, plus de potentiel sur la mascarade souletine

Pavé actualité : pas mesurable car mis à jour chaque semaine

Footer : aucun clic, sauf sur les onglets accès et brochures

Interrogations sur le moteur de recherche : il semble que les internautes ne l'utilisent pas intuitivement, notamment là où il est le plus simple (agenda). Faudrait-il le supprimer pour garder l'affichage par onglet et mieux valoriser dès la page d'accueil :

-l'offre réservable en ligne

-les circuits et sites de randonnée

-les sites naturels emblématiques

-les restaurants

-le vignoble

Ou faudrait-il faire apparaître le moteur de recherche de manière plus claire sur les pages de listing de résultat où il est nécessaire ?

Accès google analytics : tourismemontagnebasque@gmail.com, mot de passe montagne-basque64

Analyse de l'audience du site mamontagnebasque.com

Le site mamontagnebasque fait partie de la solution technique proposée par le CDT pour les territoires. Il est alimenté en quasi totalité via la base Tourinsoft à l'exception de quelques pages en dur. Une redirection automatique est proposée en fonction de l'appareil utilisé par l'internaute (dirigé automatiquement vers mamontagne.com s'il se connecte avec un smartphone et dirigé automatiquement vers montagne-paysbasque.com s'il se connecte via un PC). En ligne depuis mars 2012.

La solution technique a été entièrement financée par le CDT, chaque OT a financé en partie les outils de communication destinés à diffuser le qr code (totems et autocollants).

Le comparatif 2012 / 2013 a été fait du mois de mai au mois de septembre.

Données générales :	2012	2013
Visiteurs uniques :	1766	4203
Pages vues :	13 944	28 668
Pages vues / visite :	4,88	2,49
Durée moyenne/ visite :	3,06 "	2,49 "
Taux de rebond :	35.94 %	35.21 %
Nouveaux visiteurs :	60,50 %	69,81 %
Visiteurs déjà venus* :	39,50 %	30 %

Source de trafic :	2012	2013
	1-direct	1-not set (?)
	2-google	2-direct
	3-mon64.com	3-moteurs recherche
	4- montagne-paysbasque	4-OT Garazi
	5- OT Garazi	5-OT Soule
	6- OT St-Palais	6-montagne-paysbasque

Le nombre de visiteurs a augmenté en 2013 grâce à une meilleure diffusion auprès des prestataires par les 3 offices de tourisme.

Résultats naturels :	2012	2013
	1-restaurant Etchola	1-not provided*
	2- mamontagnebasque.com	2-sauguis St Etienne

3- mamontagne basque	3-mamontagnebasque.com
4- la soule	4-iratiko etxolak
5- Sauguis St Etienne	5-chalets Iraty
6- vendanges Irouléguy dates	6-montagne basque
7- Tardets	7-camping Iraty
8- chalets d'Iraty	8-gite Gordagia
9- maison Idiartia sauguis St Etienne	9-restaurant gastronomique Pays Basque

Pages les plus consultées :

2012

- 1-accueil
- 2-agenda
- 3-activités
- 4 -météo
- 5-hébergements
- 6-visites
- 7-randos
- 8-à proximité
- 9-restaurants
- 10-incontournables

2013

- 1-accueil
- 2-activités
- 3-visites
- 4-restaurants
- 5-agenda
- 6-incontournables
- 7-rando
- 8-météo
- 9-sites naturels
- 10-restaurants cuisine traditionnelle

Le site mobile est simple d'utilisation et la géolocalisation facilite la recherche. Des efforts sont à faire pour le faire connaître auprès de la clientèle en séjour en réfléchissant sur d'autres moyens de communication (sets de table, page d'accueil lors d'un accès wifi...).

Amélioration possible du contenu :

-photothèque (surtout pour les restaurants et certaines animations).

-Le contenu rando propose les circuits en ligne sur le site rando64.com, mais ce contenu pourrait être complété et segmenté (ex familles).

-Il est possible de publier des bandeaux pour une animation ponctuelle (contrainte : format jpg)

Réseaux sociaux

Compte Facebook : 328 fans son audience stagne et les fans sont très majoritairement du 64. Il est probable que les pages St Palais et St Jean Pied de Port brouillent le message

Compte Google + : 235 + audience en augmentation lente mais régulière, les équipes connaissent mal l'utilisation de ce media et l'interaction possible avec les autres utilisateurs

Comptes Pinterest et Flickr mériteraient d'être mieux alimentés

L'absence de stratégie à l'échelle de la montagne basque est un frein à l'optimisation des media sociaux.