

Mesure d'audience

Quel retour sur investissement pour votre site internet et votre publicité ?

Vous avez mis en place un site internet, vous laissez vos cartes de visite, vous assurez la promotion de votre site web par les pages jaunes ou par le référencement Google . Vous allez investir dans une campagne promotionnelle dans les journaux locaux ou nationaux.

Quel est le retour chiffré de ces investissements ? Lequel est le plus rentable ? Lequel est peu efficace ? Devez-vous continuer, et par quel média ?

La mesure d'audience est votre espion électronique

La mesure d'audience vous permet de connaître le nombre, l'origine des internautes, et le temps qu'ils ont passé sur votre site web.

La mesure d'audience vous permet par exemple de connaître :

- le nombre de visiteurs unique de chaque page, jour par jour, et heure par heure,
- le temps passé par page,
- l'origine des visites : Pages jaunes, Google, nom du site internet par lequel l'internaute vient, saisie directe de votre nom de domaine...

Ces informations sont accessibles pour la période de votre choix. Ainsi, si vous avez investi tout le mois de février dans une campagne publicitaire dans un journal local, demandez à la mesure d'audience le mois de février, et comparez aux autres périodes de l'année !

Vous avez mis en place un référencement première page Google à partir du 3 mai : demandez à la mesure d'audience de vous indiquer le nombre de visites générées, et comparez à ce que vous a apporté Pages jaunes ou un autre moyen dans le même temps.

La mesure d'audience est même capable de distinguer les internautes accédant à votre site web par référencement naturel, ou par référencement commercial.

Vous pouvez consulter ces informations sans notre intervention, et sans connaissance informatique spécifique. Vous pouvez aussi nous demander que nous vous les communiquions, sans avoir à accéder à internet.

Vous pouvez ainsi mesurer si le référencement GOOGLE est le meilleur investissement pour votre entreprise.