



MONEY SITE
KPIS GOOGLE ANALYTICS

Emmanuelle KAGO – Katia KECHIT – Catherine VAN

PRESENTATION DU SITE



Le concept Help permis

- Plateforme de mise en relation entre accompagnateur et élèves

Avantages

⇒ **Moindre coûts pour les élèves**

⇒ **Rapide**

- 3 potentiels concurrents :

- Concurrent direct : cours2conduite.com qui est très mal référencé et donc invisible et également peu attractif et intuitif et mal structuré
- Association ouidrive.fr avec des accompagnateurs bénévoles
- Site jemepropose.com proposant ce service parmi de nombreuses autres prestations

Les cibles

L'élève	L'accompagnateur
- Candidats libre qui louent des voitures à double commande ou sans voiture - Elèves qui doivent payer des heures supplémentaires, et qui veulent conduire à côté en complément de leur formation pour se former à bas prix - Elève qui souhaite faire de la conduite supervisée mais pas d'accompagnateur	- Moniteur indépendant qui possède une voiture assurée - Accompagnateur avec au moins 5 ans de permis véhiculé ou non - Proposition de forfait au km avec la voiture assurée pour la conduite supervisée

Monétisation du site

- **Publicité Google Adsense**
- **Commissions** dès qu'une mise en relation est effectuée
 - Nous récupérons **5%** du tarif fixé par l'accompagnateur
- **Offre Pass Premium:** Mise en avant d'accompagnateurs en première page du site avec :
 - Abonnement mensuel
 - Abonnement annuel
- **Pass élève:** frais de mise en relation, prix d'entrée débité uniquement si une mise en relation se fait, qui permet d'être mis en relation et d'accéder à du contenu privilégié comme les vidéos pièges,...
 - Onglet avec des vidéos avec l'ensemble des pièges par parcours d'examen par ville => **partenariat avec un youtubeur qui fait des vidéos**

GOOGLE ANALYTICS ET KPIS



Objectif business du site

- Mettre en relation élève et accompagnateur pour une leçon de conduite
- Génération de leads / inscrits :
 - ✓ Obtenir un maximum d'inscrits élèves
 - ✓ Obtenir un maximum d'inscrits accompagnateurs: Lorsqu'on est juste inscrit sur le site, on a la possibilité d'accompagner gratuitement 10 étudiants tout le long de leur formation
 - ✓ Obtenir un maximum d'inscrits accompagnateurs au pass premium: L'abonné Premium, on a le droit d'aller au delà de 10 étudiants



Liste des objectifs de conversion

Mettre en relation élève et accompagnateur pour une leçon de conduite

Génération de leads / inscrits

Réservation d'une leçon de conduite en ligne avec paiement « pass élève »

- Clic sur “trouvez votre accompagnateur”
- Clic sur “voir l’annonce”
- Clic sur “réserver une leçon”
- Clic sur “s’inscrire”
- Clic sur “envoyer ma demande”
- Paiement du pass élève: clic sur “valider”
- **Page de confirmation pass élève**

Publication d'annonces par les accompagnateurs

- Clic sur “j’accompagne” dans l’arborescence
- Clic sur “s’inscrire”
- Clic sur “j’accompagne”
- clic sur “j’ai défini ma ville”
- Clic sur “je valide les informations de l’annonce”
- Clic sur “je valide mon tarif”
- Clic sur “je publie mon annonce”
- **Page confirmation de la publication annonce**

Inscription au « pass premium » pour les accompagnateurs

- Inscription à la plateforme
- clic sur j’accompagne
- clic sur j’ai sélectionné ma ville
- clic sur je valide les informations de l’annonce
- clic sur je valide mon tarif
- photo: clic sur je publie mon annonce
- Onglet Pass premium => détails de l’offre, puis clic sur “je m’inscris au pass Premium”
- **Clic sur “je valide” pour le paiement au pass premium**

Tagage déployé : paramétrage des objectifs et tunnel de conversion Google Analytics

OBJECTIF DE CONVERSION Macro 1:

Réservation d'une leçon de conduite en ligne avec paiement du Pass élève

1

Configuration de l'objectif

☒ Modèle

Sélectionnez un modèle pour démarrer avec une configuration prédéfinie.

CHIFFRE D'AFFAIRES

☒ Effectuer un paiement Réalisation d'un paiement en ligne

☐ Prendre rendez-vous Planification d'une visite ou d'une réunion

2

Description de l'objectif

Nom

Réservation d'une leçon de conduite avec paiement du pass

Identifiant d'objectif

ID d'objectif 1/Ensemble d'objectifs 1 ▼

Type

☒ Destination par exemple : merci.html

3

Détails de l'objectif

Destination

Est égal(e) à ▾

☐ Respect de la casse

Par exemple, utilisez *Mon écran* pour une application et */merci.html* plutôt que *www.example.com/merci.html* pour une page Web.

Valeur facultatif

☒ ACTIVÉ



\$USUSD

Attribuez une valeur monétaire à la conversion. *En savoir plus sur les valeurs d'objectifs.* Pour une transaction, laissez ce champ vide, et utilisez les rapports et le suivi du commerce électronique pour consulter vos revenus. *En savoir plus sur les transactions de commerce électronique.*

Entonnoir de conversion facultatif

☒ ACTIVÉ

Utilisez une chaîne correspondant au nom de l'écran d'une application ou l'URL d'une page Web pour chaque étape. Par exemple, utilisez *Mon écran* pour une application et */merci.html* plutôt que *www.example.com/merci.html* pour une page Web.

Étape	Nom	Écran/Page	Obligatoire ?
1	Liste d'accompagnateurs	http://help-permis.fr/liste-daccompagna	☒ OUI
2	Voir l'annonce	http://help-permis.fr/project/annonce-joh	☐
3	Réserver une leçon étape 1	p-permis.fr/reserver-une-lecon/etape-1/	☐
4	Réserver une leçon étape 2	p-permis.fr/reserver-une-lecon/etape-2/	☐
5	Réserver une leçon étape 3	p-permis.fr/reserver-une-lecon/etape-3/	☐
6	Confirmation de réservation de	help-permis.fr/confirmation-pass-eleve/	☐

OBJECTIF DE CONVERSION Macro 2:

Publication d'annonces des accompagnateurs

1 Configuration de l'objectif

☒ Modèle

Sélectionnez un modèle pour démarrer avec une configuration prédéfinie.

CHIFFRE D'AFFAIRES

- ☐ Effectuer un paiement Réalisation d'un paiement en ligne
- ☐ Prendre rendez-vous Planification d'une visite ou d'une réunion

ACQUISITION

- ☒ Créer un compte Inscription, création de compte ou de vue réussies

2 Description de l'objectif

Nom

Publication d'annonces des accompagnateurs

Identifiant d'objectif

ID d'objectif 2/Ensemble d'objectifs 1 ▼

Type

- ☒ Destination par exemple : merci.html

3 Détails de l'objectif

Destination

Est égal(e) à ▾

☐ Respect de la casse

Par exemple, utilisez *Mon écran* pour une application et */merci.html* plutôt que *www.example.com/merci.html* pour une page Web.

Valeur facultatif

ACTIVE ☐



\$USUSD

Attribuez une valeur monétaire à la conversion. *En savoir plus sur les valeurs d'objectifs.* Pour une transaction, laissez ce champ vide, et utilisez les rapports et le suivi du commerce électronique pour consulter vos revenus. *En savoir plus sur les transactions de commerce électronique.*

Entonnoir de conversion facultatif

ACTIVE ☐

Utilisez une chaîne correspondant au nom de l'écran d'une application ou l'URL d'une page Web pour chaque étape. Par exemple, utilisez *Mon écran* pour une application et */merci.html* plutôt que *www.example.com/merci.html* pour une page Web.

Étape	Nom	Écran/Page	Obligatoire ?
1	Inscription accompagnateur	http://help-permis.fr/inscription-accomp;	☒ OUI ☐
2	Apprenons à mieux nous conn	apprenons-a-mieux-nous-connaître-eta	☐
3	Publication de l'annonce étape	-permis.fr/publication-de-lannonce-etap	☐
4	Publication de l'annonce étape	-permis.fr/publication-de-lannonce-etap	☐
5	Publication de l'annonce étape	-permis.fr/publication-de-lannonce-etap	☐
6	Publication de l'annonce étape	-permis.fr/publication-de-lannonce-etap	☐
7	ation de publication de l'annor	-permis.fr/confirmation-publication-annor	☐

OBJECTIF DE CONVERSION Macro 3: Inscription des accompagnateurs au Pass Premium

1 Configuration de l'objectif

☒ Modèle

Sélectionnez un modèle pour démarrer avec une configuration prédéfinie.

CHIFFRE D'AFFAIRES

☒ Effectuer un paiement Réalisation d'un paiement en ligne

2 Description de l'objectif

Nom

Abonnement mensuel pass premium

Type

☒ Destination par exemple : merci.html

3 Détails de l'objectif

Destination

Est égal(e) à ▾

☐ Respect de la casse

Par exemple, utilisez *Mon écran* pour une application et */merci.html* plutôt que *www.example.com/merci.html* pour une page Web.

Valeur facultatif

ACTIVE ☐



\$USUSD

Attribuez une valeur monétaire à la conversion. *En savoir plus sur les valeurs d'objectifs.* Pour une transaction, laissez ce champ vide, et utilisez les rapports et le suivi du commerce électronique pour consulter vos revenus. *En savoir plus sur les transactions de commerce électronique.*

Entonnoir de conversion facultatif

ACTIVE ☐

Utilisez une chaîne correspondant au nom de l'écran d'une application ou l'URL d'une page Web pour chaque étape. Par exemple, utilisez *Mon écran* pour une application et */merci.html* plutôt que *www.example.com/merci.html* pour une page Web.

Étape	Nom	Écran/Page	Obligatoire ?
1	Se connecter au compte accon	http://help-permis.fr/je-suis-un-accomp	☒ oui
2	Espace membre accompa	http://help-permis.fr/espace-membre-ac	☐
3	Offre accompagnateur premi	http://help-permis.fr/offre-accompagne	☐
4	Paie	http://help-permis.fr/paiement-pass-pre	☐
5	Confirmation de paiement	http://help-permis.fr/confirmation-pass-?	☐
+ Ajouter une étape			

Vue d'ensemble du 24 décembre 2015 à ce jour

Vue d'ensemble

Sessions ▾ par rapport à Sélectionner une statistique

Toutes les heures Jour Semaine Mois

● Sessions



Sessions

567



Utilisateurs

249



Pages vues

4 034



Pages/session

7,11



Durée moyenne des sessions

00:10:09



Taux de rebond

66,84 %

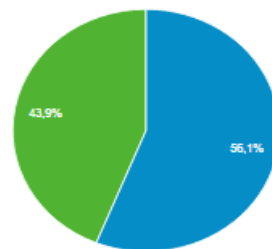


% nouvelles sessions

43,92 %



■ Returning Visitor ■ New Visitor



Données démographiques

Langue ▸

Pays

Age

Langue

1. en-us

2. (not set)

Sessions % Sessions

205

36,16 %

143

25,22 %

KPIS ET DASHBOARDS

La direction stratégique

- La direction se charge d'analyser les performances des objectifs principaux de conversion

KPI	Commentaires
Nombre d'inscrits premium mensuels => valeur cible : 25 inscrits premium par mois	- Les kpis ont été paramétrés dans GA par mois - Identification des pages les moins performantes sur lesquelles il y a un abandon, pour optimisation
Nombre de réservations de leçon => valeur cible : 40 réservations de leçons par mois	
Nombre d'annonces publiés => valeur cible : 30 annonces publiées par mois	
Taux de conversion réservation de leçon (pourcentage de visites ayant abouti à une conversion)	
Taux de conversion annonces publiées	
Taux de conversion inscrits premium mensuel	
Abandon du processus de conversion sur l'objectif de réservation de leçon	
Nouveaux utilisateurs	

La direction stratégique

Réservation d'une leçon de conduite avec paiement du pass élève (...)

25 janv. 2016 - 29 janv. 2016

5

% du total : 100,00 % (5)



20 janv. 2016 - 24 janv. 2016

7

% du total : 100,00 % (7)



Publication d'annonces des accompagnateurs (Taux de conversion – Objectif 2)

25 janv. 2016 - 29 janv. 2016

5,56 %

Valeur moy. pour la vue : 5,56 % (0,00 %)



20 janv. 2016 - 24 janv. 2016

9,68 %

Valeur moy. pour la vue : 9,68 % (0,00 %)



Abonnement mensuel pass premium (Taux de conversion – Objectif 3)

25 janv. 2016 - 29 janv. 2016

1,85 %

Valeur moy. pour la vue : 1,85 % (0,00 %)



20 janv. 2016 - 24 janv. 2016

12,90 %

Valeur moy. pour la vue : 12,90 % (0,00 %)



Réservation d'une leçon de conduite avec paiement du pass élève (Taux de c...)

25 janv. 2016 - 29 janv. 2016

1,85 %

Valeur moy. pour la vue : 1,85 % (0,00 %)



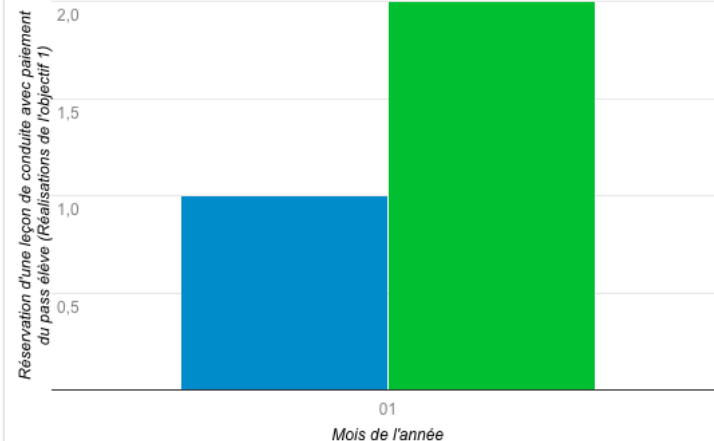
20 janv. 2016 - 24 janv. 2016

6,45 %

Valeur moy. pour la vue : 6,45 % (0,00 %)

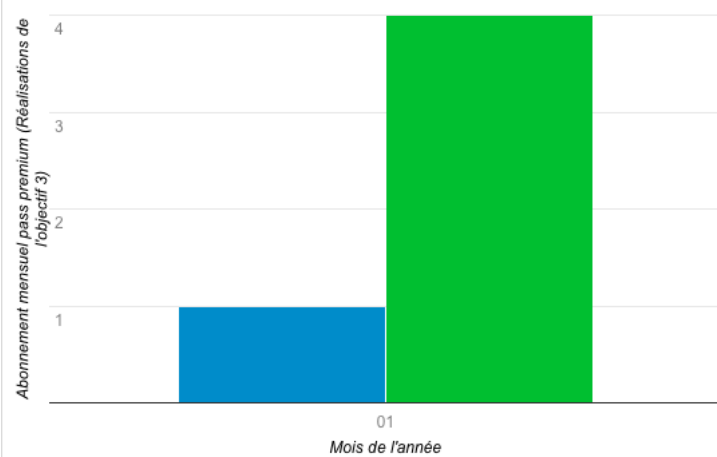


Nombre de réservations de leçons de conduite avec paiement du pass élève (...)



La direction stratégique

Nombre d'abonnements mensuel pass premium (Réalisations de l'objectif 3) p...



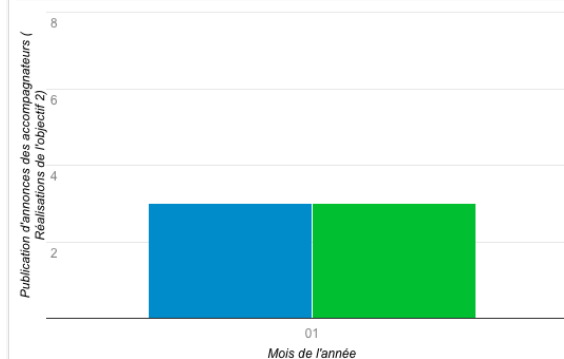
Nouveaux utilisateurs

25 janv. 2016 - 29 janv. 2016 : ● Nouveaux utilisateurs

20 janv. 2016 - 24 janv. 2016 : ● Nouveaux utilisateurs



Nombre d'annonces d'accompagnateurs publiées (Réalisations de l'objectif 2)



KPIS ET DASHBOARDS

Les équipes acquisition de trafic

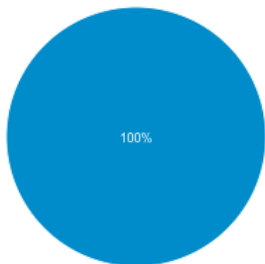
- Les équipes acquisition de trafic ont pour objectif opérationnel d'amener un maximum de trafic qualifié sur le site

KPI	commentaire
% Nouvelles sessions par type de trafic	- Comparaison des données de la dernière semaine de Janvier par rapport à la période précédente (du 20 au 24 janvier 2016) - Sélection de différents KPI montrant le taux de conversion de nos différents objectifs en fonction des différentes sources de trafic.
Taux de conversion Abonnement mensuel pass premium par type de trafic	
Taux de conversion réservation d'une leçon de conduite par type de trafic	
Taux de conversion publication d'annonces par type de trafic	
Nouveaux utilisateurs par sources de trafic	
Taux de rebond par type de trafic	

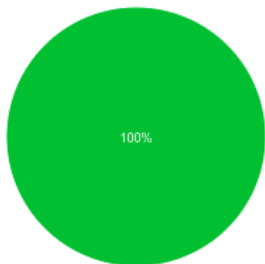
Les équipes acquisition de trafic

Nouveaux utilisateurs pour la dimension Ty...

■ referral ■ direct
25 janv. 2016 - 29 janv. 2016

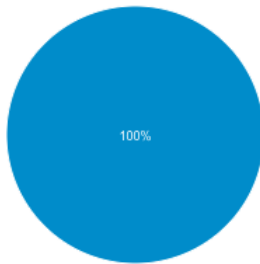


20 janv. 2016 - 24 janv. 2016

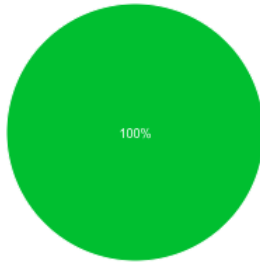


% nouvelles sessions pour la dimension Type de trafic

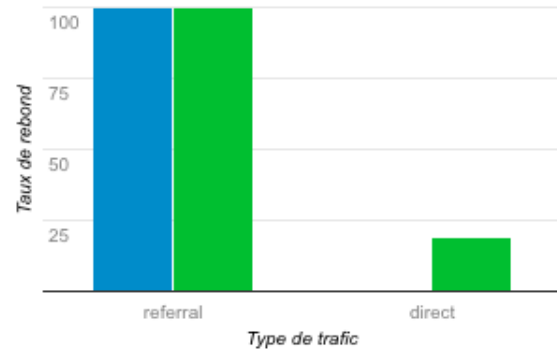
■ referral ■ direct
25 janv. 2016 - 29 janv. 2016



20 janv. 2016 - 24 janv. 2016



Taux de rebond pour la dimension Type de...

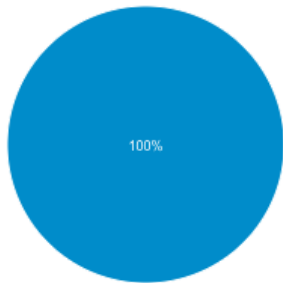


Les équipes acquisition de trafic

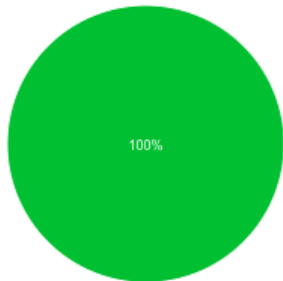
Réservation d'une leçon de conduite avec ...

■ organic ■ direct

25 janv. 2016 - 29 janv. 2016



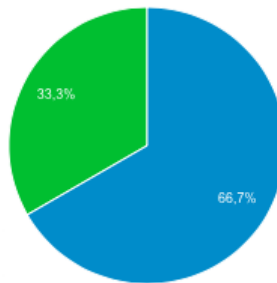
20 janv. 2016 - 24 janv. 2016



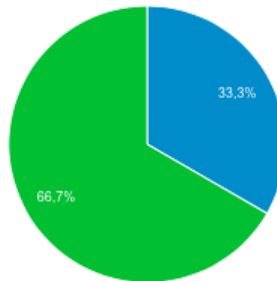
Publication d'annonces des accompagnateurs (Taux de con...

■ organic ■ direct

25 janv. 2016 - 29 janv. 2016



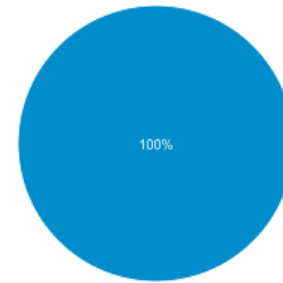
20 janv. 2016 - 24 janv. 2016



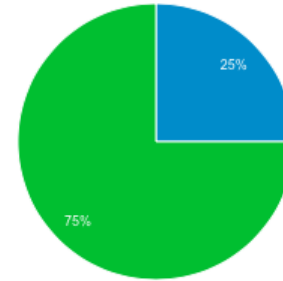
Abonnement mensuel pass premium (Taux de conversion - ...

■ organic ■ direct

25 janv. 2016 - 29 janv. 2016



20 janv. 2016 - 24 janv. 2016



KPIS ET DASHBOARDS

Les équipes UX / CREA

Les équipes UX ont pour objectif opérationnel de rendre le site le plus facilement utilisable possible, afin de faciliter et augmenter la souscription aux produits et services

KPI	commentaire
Taux de rebond => 20 % < Taux de rebond < 80 %	Si le taux de rebond est élevé, ceci veut dire que notre page d'accueil n'est pas assez attractive. Il faut trouver un moyen de capter l'attention de l'internaute dès la page d'accueil, afin qu'il puisse continuer la visite du site.
Durée moyenne de sessions et pages par sessions	
Nombre de sessions par jour	
Nombre de sessions	

Les équipes UX CREA

Taux de rebond

25 janv. 2016 - 29 janv. 2016

79,63 %

Valeur moy. pour la vue : 79,63 % (0,00 %)

20 janv. 2016 - 24 janv. 2016

41,94 %

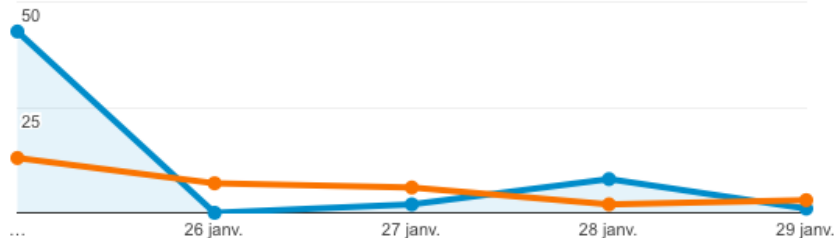
Valeur moy. pour la vue : 41,94 % (0,00 %)



Sessions/jour

25 janv. 2016 - 29 janv. 2016 : ● Sessions

20 janv. 2016 - 24 janv. 2016 : ● Sessions



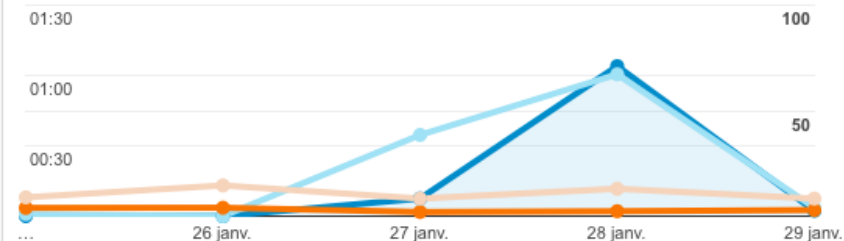
Durée moyenne des sessions et Pages/session

25 janv. 2016 - 29 janv. 2016 : ● Durée moyenne des sessions

● Pages/session

20 janv. 2016 - 24 janv. 2016 : ● Durée moyenne des sessions

● Pages/session



Sessions

25 janv. 2016 - 29 janv. 2016

54

% du total : 100,00 % (54)

20 janv. 2016 - 24 janv. 2016

31

% du total : 100,00 % (31)



Fin.

