

LE MARKETING NUMERIQUE : OBTENIR LES INDICATEURS DE PERFORMANCE DE VOTRE SITE WEB

DIGITAL MARKETING: GET YOUR WEBSITE PERFORMANCE INDICATORS

NTUNKADI MOMBO Aristote

Institut Supérieur de Commerce/Kinshasa (République Démocratique du Congo)

Résumé : Il est évident qu'aujourd'hui l'environnement numérique est un sujet d'attention croissante qui permet de faire valoir les activités sans tenir compte des obstacles géographiques ou culturels. Cependant, la conduite d'une activité en ligne doit s'ajuster avec les besoins exprimés par les utilisateurs. Dans la plupart de cas, ces besoins se rapportent principalement sur la vitesse de chargement des pages et le référencement naturel. Les résultats obtenus à travers les outils d'évaluation des sites web recommandés par des grandes firmes comme Google, Yahoo et W3C ont révélé certaines déficiences techniques rencontrées dans la plupart des sites web, dont les améliorations sont susceptibles d'optimiser la performance des sites web.

Mots clés : Commerce électronique sur internet - moteur de recherche - évaluation des sites web- interactions homme-machine - accessibilité de sites web - visibilité des sites web

Abstract: it is obvious that today the digital environment is a subject of increasing attention that allows to promote activities without taking into account geographical or cultural obstacles. However, the conduct of an online activity must adjust to the needs expressed by users. In most cases, these needs relate mainly to page loading speed and natural referencing. The results obtained through the evaluation tools of the websites recommended by large firms such as Google, Yahoo and W3C revealed certain technical deficiencies encountered in most websites, the improvements of which are likely to optimize the performance of the websites.

Keywords: Electronic commerce on the Internet - search engine - evaluation of websites - human-computer interactions - accessibility of websites - visibility of websites

1. Introduction

Notre existence est tributaire des moyens de maîtriser la distance qui nous sépare de notre environnement et plus particulièrement des réalités dont nous souhaitons le contact. L'internet nous offre la possibilité de nous maintenir en contact car il s'avère un espace qui fait gagner de l'espace-temps. Il se révèle plus efficient que d'autres espaces dès lors que l'étendue est vaste, que le nombre de réalités considérées est important et que l'interaction n'exige pas de contact matériel (Boris Beaudé, 2012).



Il fonctionne grâce à la multitude de réseaux interconnectés répartis dans le monde entier. Chaque réseau est rattaché à une entité propre (université, fournisseur d'accès à Internet, armée) et est associé à un identifiant unique appelé Autonomous System (AS) utilisé par le protocole de routage BGP.

I.1 Mise en contexte

L'essor de l'internet remonte des années 1990 avec l'apparition de l'application World Wide Web utilisant le protocole HTTP lequel rendent les pages web utilisables à partir d'un simple navigateur. Techniquement, une page web est souvent constituée d'un document en Hypertext Markup Language (HTML) et d'images. Cependant, tout type de ressources ou d'assemblage de ressources, textuelles, visuelles, sonores, logicielles, peut constituer une page web. En outre, la facilité d'exploiter ces pages à partir de n'importe quel dispositif (ordinateur portable, tablette, téléphone, ...) a permis à ce qu'on puisse avoir une multitude de sites web répondant aux objectifs divers. La multiplication rapide des pages Web a très vite nécessité l'invention de nouveaux outils pour accéder aux pages pertinents appelés moteurs de recherche.

I.1.1 Les opportunités de l'environnement numérique

Inspirés des outils de recherche documentaires, les moteurs de recherche sont des applications web permettant, de trouver des ressources à partir d'une requête sous forme de mots et sans intervention humaine¹. Ils sont basés sur des « robots », encore appelés bots, spiders, crawlers ou agents qui parcourent les sites à intervalles réguliers et de façon automatique pour découvrir de nouvelles adresses (URL). Ils suivent les liens hypertextes qui relient les pages les unes aux autres. Chaque page identifiée est alors indexée dans une base de données, accessible ensuite par les internautes à partir de mots-clés.

Concrètement, l'accessibilité d'une page web dépend de son emplacement à travers le résultat renvoyé par un moteur de recherche en fonction de mots clés spécifiques à l'activité, via le référencement naturel ou les liens sponsorisés² et l'accessibilité inclue l'indépendance vis-à-vis des appareils c'est-à-dire l'accès universel, indépendamment de l'invalidité, de l'agent utilisateur ou de la plate-forme³. La première étape pour être positionné ou visible dans les résultats des moteurs est d'être présent dans l'index de Google, c'est-à-dire que le contenu doit être stocké dans les bases de données des moteurs.

¹« Parts de marché des moteurs de recherche dans le monde », disponible sur <http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/parts-de-marche-des-moteurs-recherche-dans-le-monde.html>, consulté, le 04/01/2023.

² Davide Galastri, « L'optimisation de la visibilité de votre site web est la clé de votre succès sur la toile », in journal du net, disponible sur <http://www.journaldunet.com/solutions/expert/55393/l-optimisation-de-la-visibilite-de-votre-site-web-est-la-cle-de-votre-succes-sur-la-toile.shtml>, consulté 14/12/2022.

³ Roger Johansson, « accessibilité des sites web », disponible sur <http://www.pompage.net/traduction/evaluer-accessibilite-site-1>, consulté le 5/01/2023.

Parlant de l'optimisation de la visibilité de son site web, nous pensons travailler grâce, aux recommandations des outils d'évaluation en ligne pour faire entrer le site dans l'index des moteurs de recherche, faciliter l'identification des pages correspondant aux requêtes des internautes, optimiser le positionnement des pages, analyser et améliorer les facteurs de son positionnement. (Isabelle Canivet, 2017 : 39)

I.1.2 Les effets de la concurrence sur le Web

Face à la concurrence démesurée sur le web, travailler en amont afin de réduire les frustrations et le taux de rebond devient une préoccupation. Bien structurer son site à travers l'organisation des différents types de contenus, leur mise en page et leur accessibilité sont alors primordiales pour qu'un message soit efficace et assimilable par l'internaute ainsi que par les robots des moteurs de recherche. (Matilde, 2017 :18)

Une chose est certaine, l'affichage et la consultation des formulaires ne permet pas d'apporter un jugement efficace si la page atteint son objectif ou pas. Il peut y avoir plusieurs sessions, mais si le visiteur ne remplit pas le formulaire ou s'il y a un problème d'envoi du formulaire, cela ne permettra pas à l'établissement d'atteindre l'objectif attendu. Pour cela, les géants du web ont mis à la disposition du public des outils permettant de vérifier plus précisément les performances des actions marketing, des contenus, des produits et plus encore. A travers ces outils, l'intérêt pour nous est de savoir comment améliorer la performance technique de son canal numérique ? Nous avons exploré les sites web proposant la formation à distance. Les analyses réalisées tiennent compte des Core Web Vitals qui sont des critères de performance à surveiller pour avoir une audience sur le web. Il s'agit notamment de : la vitesse et le temps de chargement des pages sur ordinateur, la sécurité du site, repérage des erreurs HTTP comme l'erreur 404, problèmes d'URL ou la structuration HTML des pages, nombre de requêtes HTTP trop grand sur une page ou le SEO. A cet effet, il est évident que si le site présente un meilleur score partant des critères indiqués, il arriverait à attirer un grand public et par conséquent l'établissement fera beaucoup de revenu.

I.2 Présentation de l'outil d'évaluation

Pour apporter un jugement de valeur sur le score de performance fonctionnelle des sites visités vis-à-vis du public. Plusieurs firmes offrent la possibilité de faire évaluer son site web gratuitement. Parmi ces firmes il y a : Google, Yahoo, W3C pour ne citer que ceux-là qui proposent des outils efficaces et fiables. Nous nous sommes servis dans le cadre de ce travail de l'outil d'évaluation proposé par Google étant donné qu'il domine le marché des moteurs de recherche 75-90% des parts du marché selon le pays des requêtes sur les moteurs de recherche dans le monde.

I.2.1 Outil d'évaluation GTmetrix

GTmetrix est un outil d'évaluation gratuit des sites Web que nous avons retenu pour obtenir des rapports détaillés sur les performances du site web. En plus d'être une recommandation de Google en matière de SEO (Search Engine Optimization), c'est un outil très intéressant qui permet d'identifier tous les éléments des différentes pages web qui ralentissent la vitesse de chargement d'un site afin d'optimiser sa visibilité dans les pages de résultats de recherche. Il renvoie le résultat d'analyses avec deux notes A (excellent) à F (il y a du travail à faire), accompagné de trois mesures essentielles : le temps de chargement de la page, son poids et le nombre de requêtes nécessaire.

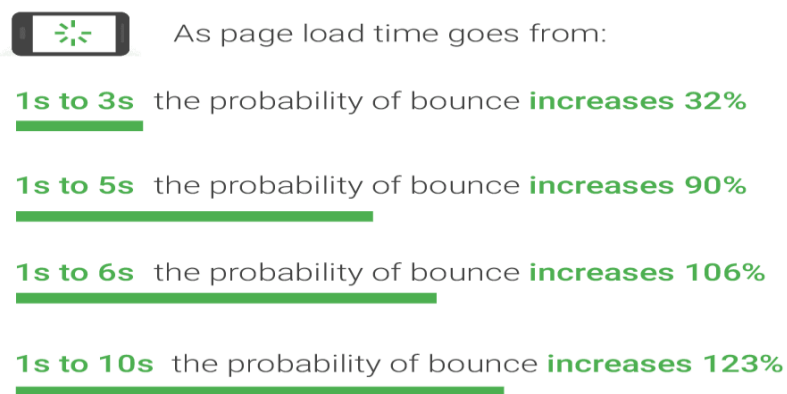


Figure 1 : temps de téléchargement de la page

Loin d'être anodin, le temps de chargement de la page est un élément à prendre en compte lors de la mise en ligne d'un site. En effet, cet indicateur a une influence réelle sur l'audience d'un site, le taux de conversion et sa position sur les moteurs de recherche. La figure 1 reprend les différentes échelles à considérer lors de l'évaluation la performance de son site web. Un autre point fort de cet outil est de fournir des scores pour les pages et des recommandations nécessaires afin d'apporter les corrections sur les anomalies constatées.

I.2.2 Présentation de rapport d'évaluation de performance

Sur base de l'échantillon représentatif des sites web des établissements proposant les cours à distance, nous avons évalué l'audience qu'ils rapportent entant qu'outil marketing capable d'attirer l'attention du public. Les analyses ont été menées sur le serveur GTmetrix situé au Canada, elles ont concerné les sites de l'Institut Supérieur de Commerce de Kinshasa un établissement d'enseignement supérieur situé République Démocratique du Congo en Afrique centrale et le site de AUF situé en France. Les résultats sont obtenus directement selon le format

adapté à l'appareillage utilisé, mais pour le besoin de l'étude les résultats présentés ci-dessous sont synthétisés suivant les critères suivants :

- accessibilité par rapport au temps de chargement de la page
- accessibilité par rapport à l'équipement de l'utilisateur
- respect de standards et normes établies.

I.2.3 Les performances obtenues des sites visités

Le résultat de l'analyse obtenu à travers l'outil GTmetrix après évaluation du site web de l'ISC/Kinshasa : <https://www.isckinshasa.cd> est scindé en deux rubriques suivantes : GTmetrix Grade et Web vital. GTmetrix Grade présente le score de performance et la structure. Il est à noter que les critères qui servent d'évaluation proposent les scores variant selon le pourcentage de 0 à 100. En se basant sur le résultat obtenu, il s'avère que le site analysé présente un faible taux de performance soit 44 %.

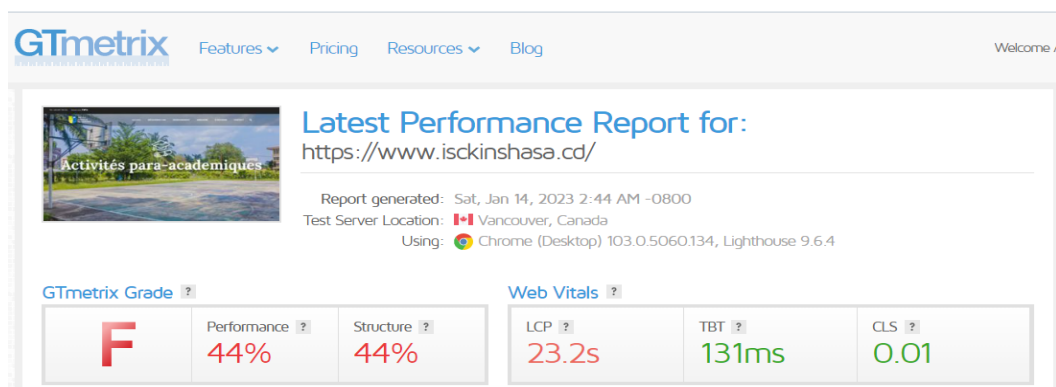


Figure 2 : Vitesse de téléchargement de la page

De même, concernant la seconde partie de l'évaluation qui fournit les détails de la page, le même constat se répète. Le temps de téléchargement de la page après qu'on ait envoyé la requête sur le moteur de recherche Google est de 23.2s. Ce résultat montre que le temps de chargement de la page est trop élevé, à chaque fois que le navigateur charge la page Web, il doit télécharger tous les fichiers Web pour l'afficher correctement. Cela inclut toutes les images HTML, CSS, JavaScript. Certaines pages peuvent se composer de quelques fichiers de petite taille peut être quelques kilo-octets. Pour d'autres cependant, il peut y avoir un grand nombre de fichiers, et ceux-ci peuvent avoir plusieurs méga-octets. Ces gros fichiers prennent plus de temps à charger et peuvent être particulièrement douloureux si la connexion Internet est lente (ou un appareil mobile). En effet, avant qu'une page puisse s'afficher, elle doit être

analysée par le navigateur. Si un script externe bloquant est reconnu lors de cette analyse, cela provoque l'arrêt du navigateur et le téléchargement de ce fichier JavaScript. Chaque fois que cette opération est effectuée, cela ajoute un aller-retour du réseau lequel ralentit le temps nécessaire au premier affichage de la page. Par conséquent, les utilisateurs auront beaucoup plus le réflexe de rebondir sur un autre site Web à cause de la lenteur et la probabilité que cela se produise augmente de plus de 100 % si le temps de chargement d'une page passe de 1 s à 6 s. L'étude menée par KISSmetrics aux Etats-Unis sur le site de e-commerce souligne que deux e-consommateurs sur cinq abandonnent un site qui met plus de trois secondes à charger et environ un sur deux considère deux secondes comme acceptables.⁴ L'outil GTmetrix fournit à travers l'onglet optimize image, minify CSS, minify javascript, serve scaled image des recommandations pour y apporter les améliorations nécessaires.

Le second site soumis à la même évaluation et aux mêmes conditions d'utilisation est celui de l'Agence Universitaire de la Francophonie AUF en sigle <https://www.auf.org>.



Figure n° 3 : résultat d'évaluation du site AUF

En se basant sur le résultat tel que renvoyé par l'outil d'évaluation, il a lieu de constater que tous les indicateurs sont en vert. Cela veut dire que la conception du site a tenu compte des recommandations de la firme W3C. Cette firme s'occupe d'édicter les normes pour la navigation sur internet afin d'assurer la pérennité et l'évolutivité des contenus et des choix techniques favorisant l'interopérabilité des plateformes. Contrairement à ce que l'on pense habituellement, l'accessibilité ne concerne pas uniquement les personnes souffrant de handicaps lourds. Suivre les recommandations du W3C en matière d'accessibilité permet de garantir que toute personne, quelles que soient les difficultés qu'elle rencontre pour lire des pages Web, puisse le faire en utilisant des logiciels et des périphériques adaptés. Il s'avère que le site de l'AUF a reçu la note A, c'est à dire Excellent et le temps de téléchargement de la page correspond à 1.6s.

⁴ KISSmetrics, disponible sur <https://blog.kissmetrics.com/loading-time/>, consulté le 7/11/2022

Si l'on doit s'appuyer sur les interviews de Arvind Jain, Ingénieur chez Google, et de Hayyr Hum, spécialiste Microsoft, publié dans un article de The New York Times intitulé : *For impatient web users, an eye blink is just too long to wait* » rapporté par Steve Lord, ce dernier explique que : 250 millisecondes de délai de chargement en plus ou en moins, soit le temps de clignement d'un œil, peut représenter un avantage compétitif sur le Web. La plupart des sites proposant des services se voient être engloutis dans le flot des sites en ligne ou parfois enregistrent le taux de rebond le plus élevé lorsque certains aspects relevés ne sont pas pris en compte. Mais il faut que dans d'autres situations, un taux de rebond élevé, peut signifier quelque chose de positif pour le site internet. En effet, un utilisateur qui accède sur un site internet et trouve rapidement les informations qu'ils recherchaient est susceptible de quitter la page le plus vite que possible.

I.3 Conclusion

Les outils d'évaluation des sites internet en ligne qu'ils soient gratuits ou payants aident à connaître la performance du site tel que perçue par les utilisateurs. A travers les résultats obtenus, il y a lieu de noter que pour qu'une page puisse s'afficher, elle doit être analysée par le navigateur. La plupart des problèmes rencontrés proviennent du fait qu'à chaque fois qu'un navigateur charge une page Web, il doit télécharger tous les fichiers Web pour afficher correctement la page. Cela inclut toutes les images HTML, CSS, JavaScript. Certaines pages peuvent se composer de quelques fichiers de petite taille ou de quelques kilo-octets. Pour d'autres cependant, il peut y avoir un grand nombre de fichiers, et ceux-ci peuvent avoir plusieurs méga-octets. Ces gros fichiers prennent plus de temps à charger et peuvent être particulièrement douloureux ou fastidieux si la connexion Internet est lente (ou un appareil mobile). Bien que ces résultats ne permettent pas de s'assurer de l'expérience optimale des utilisateurs de bout en bout, les recommandations fournies suggèrent des améliorations visant à réduire le temps de chargement de la page demandée. Il y a lieu de retenir à l'esprit que : la construction des sites web dans les règles de l'art et un bon suivi des indicateurs de performance sont des moyens sûrs pour faire de votre site web un véritable outil marketing.

Références

- [1] Armony Altinier (2012), Accessibilité web : Normes et bonnes pratiques pour des sites plus accessibles, Paris, Eyrolles.
- [2] Boris Beaudé (2012), Internet, changer l'espace, changer la société : Les logiques contemporaines de synchronisation, ed . Fyp.
- [3] Isabelle Canivet-Bourgaux (2017), Bien rédiger pour le Web, 4e édition: Stratégie de contenu pour améliorer son référencement, Paris, Eyrolles.
- [4] Mathilde TOUCHÉBOEUF (2017), Optimisez votre visibilité web : Du référencement naturel (SEO) à l'inbound marketing, Paris, Dunod.