

chercher

dans tout 01net.

OK

business & technologies

stratégies et solutions pour l'entreprise



dossiers thématiques

livres

club

nos journaux ▼

COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Le site internet de Pierre et Vacances prend ses visiteurs par la main

Hubert d'Erceville, **01 Informatique**, le 27/02/2004 à 00h00

Doté de l'outil de suivi Ucatchit, le spécialiste de l'immobilier de vacances individualise ses offres et les adapte en temps réel à chaque visite des internautes.

Suivre individuellement l'internaute. Enregistrer sa venue et savoir quel est intermédiaire affilié qui l'a amené. Pister les pages qu'il consulte. Comprendre pourquoi il n'a pas poursuivi sa visite, ni acheté alors qu'il semblait en avoir l'intention. Comme ses homologues, c'est à partir de telles informations que Frédéric Hernandez, directeur e-commerce de Pierre et Vacances, fait évoluer les performances de son site web. « *Ucatchit, l'outil de suivi des internautes que nous utilisons, sert d'abord de témoin de comptage pour la rémunération de nos affiliés. C'est aussi et surtout un référent client pour connaître le nombre de visites, le montant du panier d'achat, le comportement des visiteurs, en vue d'optimiser le fonctionnement du site. Nous avons testé d'autres outils utilisant des cookies ou des tags. Mais ils n'étaient pas aussi complets et fiables.* » Car Frédéric Hernandez se sert également de ce système pour personnaliser son offre, optimiser son marketing individuel, mener une analyse comportementale et, donc, pratiquer en temps réel l'e-GRC (gestion de la relation client sur le web).

« *Ainsi, nous pourrions très bientôt individualiser nos promotions auprès des internautes. Proposer, par exemple, des hébergements près d'un terrain de golf à ceux qui auront consulté peu auparavant des pages concernant ce sport, ou présenter une offre adaptée à une famille nombreuse.* » Cette personnalisation instantanée est rendue possible par la particularité de cet outil de suivi de trafic.

Pas de cookies, mais des marqueurs sur les pages web

« *Ucatchit est basé sur une identification à la visite, et non une identification de l'internaute, il ne dépend pas de son navigateur, tient à préciser Luc Jovart, PDG-fondateur de la société éponyme. Conformément aux impératifs de la Cnil, nous ne mémorisons pas son adresse IP et n'installons pas de cookie sur sa machine.* » Cela parce qu'un visiteur ne se connecte pas toujours depuis le même ordinateur. Deux types de marqueurs, visibles et invisibles, sont placés sur les pages web. Ils quantifient les données en six fonctions. Il s'agit d'abord, bien évidemment, de mesurer l'audience, d'analyser la fluidité et l'arborescence du site, et de quantifier les surfs sur certaines pages événementielles ou sur un catalogue d'achat. Puis de suivre le comportement des internautes, de comparer les taux de consultation aux produits et les processus d'achat, ou encore de mesurer les premières actions sur la page d'accueil.

La troisième fonction, plus opérationnelle, identifie l'origine des accès sponsorisés ou celle des campagnes de recrutement : l'outil agit ici à la manière d'un tiers de confiance attestant des transferts entre sites afin de déterminer les commissions. De plus, des données sur les équipements et les configurations informatiques et logicielles des internautes sont disponibles. Enfin, l'ensemble assure un audit du site, un historique du bon fonctionnement et de la fluidité des accès aux pages notamment pour tester la bonne fonctionnalité de nouvelles versions ou services. Des informations bien utiles pour améliorer le surf des clients.