

Bienvenue!

Réunion régionale, septembre 2016
07.09.2016 – 20.09.2016

Programme

Résultats de l'enquête 2016

Pression concurrentielle dans la branche du travail temporaire

Web Analytics



Enquête auprès des membres réalisée en 2016

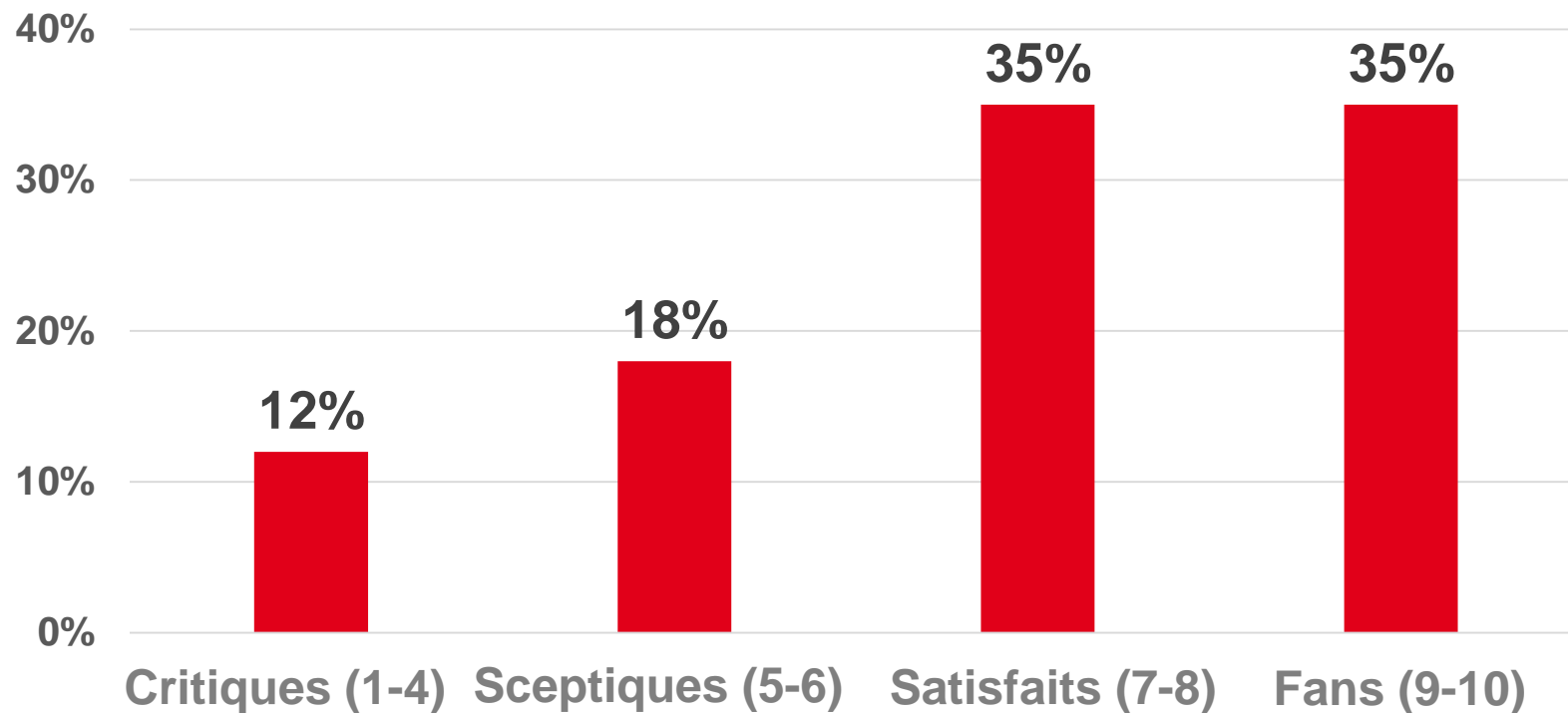
Principaux résultats
Myra Fischer-Rosinger

Satisfaction globale

- Retour
 - 269 réponses de sociétés membres, dont:
 - 177 réponses de CEO
 - 79 réponses de non-membres (70 CEO)
- Taux de recommandation/probabilité d'adhésion (échelle de 1 à 10)

	Total	Suisse alémanique	Suisse romande
Membres	7,3	7,1	7,6
Non-membres	3,4	3,5	2,9

Satisfaction des membres



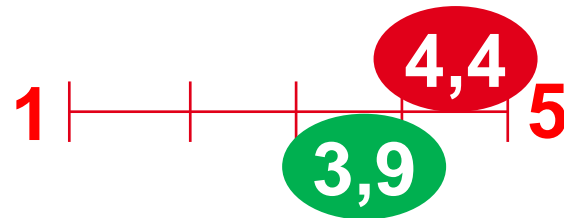
Prestations

temptraining

Service
juridique

CCT

Importance / Qualité

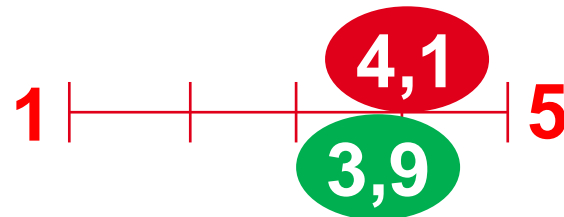


Label SQS

CC

CP

IJM



Formation
continue

Plateforme de
l'emploi



Communication

Matériel d'information
swisstemptrend
Newsletter
Etudes
Sites Internet
Réunion régionale
AG
staffingday
Accessibilité

Importance / Qualité



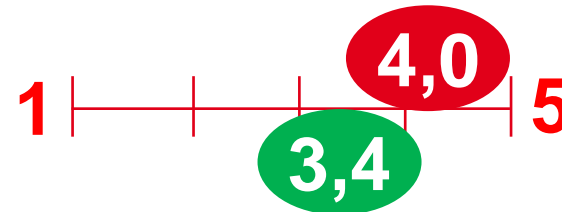
Représentation des intérêts

Lobbying

Importance / Qualité



Travail
médiatique



Différences de taille

- Pas de différence entre les membres en fonction de leur taille

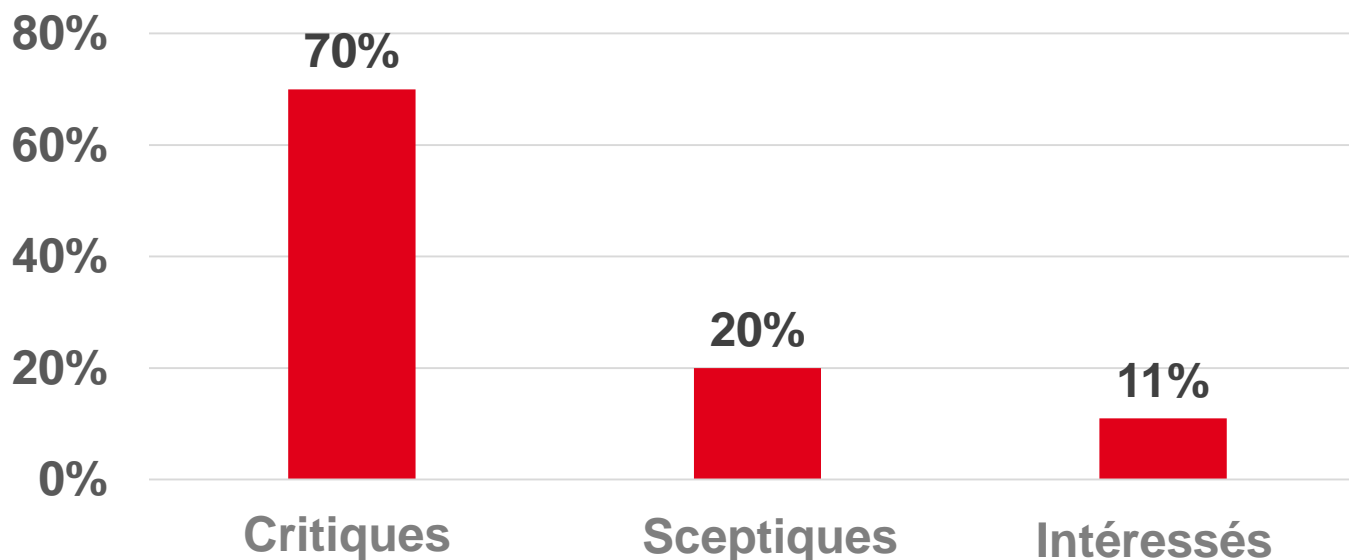
	Total	1-3 filiales	4 filiales et plus
Satisfaction	7,3	7,2	7,3
CCT	4,0	4,1	4,0
Information	3,9	4,0	3,8
Influence	3,1	3,1	3,1

Fossé entre les besoins?

- Quels sont les facteurs et orientations de l'association les plus importants en Suisse romande?

	Total	Suisse alémanique	Suisse romande
Convivialité	3,3	3,1	3,7
Reconnaissance	2,8	2,3	3,6
Existence	3,5	3,3	3,8

Probabilités d'adhésion



- Qui sont les non-membres?
 - Opportunistes et personnes intéressées
 - Insatisfaits de la CCT et opposants à la CCT

Messages clés de l'enquête

- La CCT, les informations de la branche et le label SQS sont les piliers de swisstaffing
- Les possibilités d'influence
 - sont appréciées différemment
 - influencent le degré de satisfaction
- Le lobbying et le travail médiatique sont importants

Enquête et stratégie du comité directeur pour 2016-2019

Organisation de l'examen professionnel RH pour les conseillers en recrutement

Intensification de la représentation des intérêts politiques

Implication plus forte des membres

Continuation de la CCT Location de services

Suite des opérations

- Communiquer les résultats
 - Meetings régionaux
 - Newsletter
 - Informer les partenaires extérieurs dans le domaine des services
- Reconduction de l'enquête dans 3 ans

Questions?



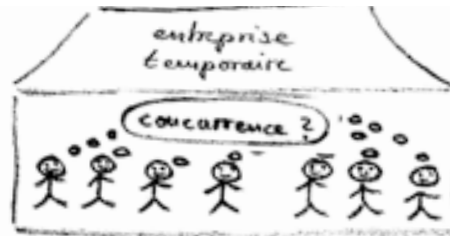
Pression concurrentielle dans la branche du travail temporaire

Dr Marius Osterfeld

Les sujets que je souhaite aborder...

- Qu'est-ce qui stimule la concurrence dans notre branche?
- Comment puis-je «échapper» à la concurrence?
- Développer et tester de nouvelles idées commerciales

Facteurs concurrentiels dans la branche du travail temporaire



Message 1

- Concurrence accrue dans la branche
 - Beaucoup de concurrents
 - Des partenaires commerciaux puissants
 - Alternatives
- Comment puis-je «échapper» à la concurrence?

Le trapèze de l'innovation

- L'innovation, gage de monopole dans le temps

Concurrence par les prix

Organisation
moins coûteuse

Bonnes
négociations

**Qualité des
prestations**

**Ouvrir de
nouveaux
marchés**

plus rapide
plus fiable
meilleur

plus personnel
plus confortable
plus individualisé

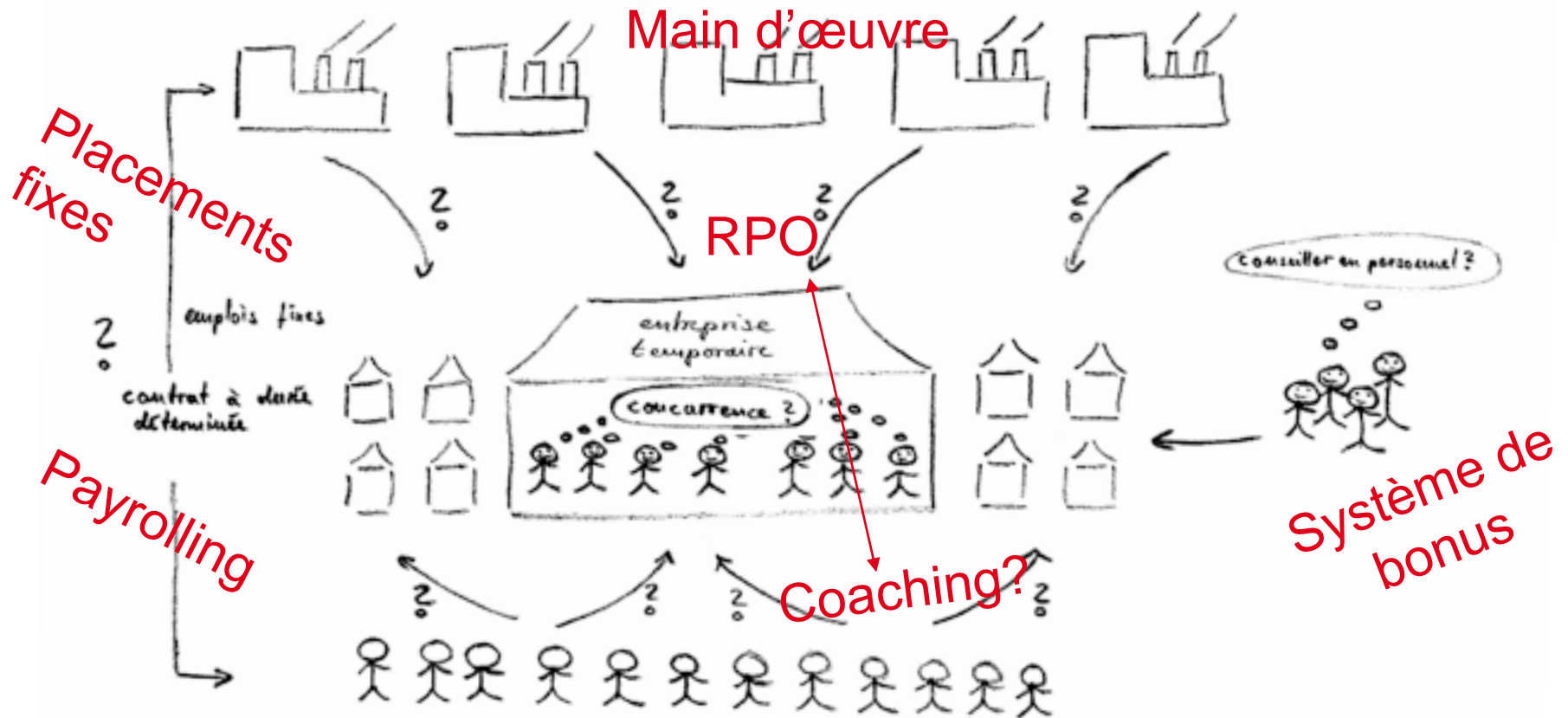
Nouvelles
prestations

Nouvelles
catégories
professionnelles

Message 2

- Il existe trois type d'innovation
 - Fixation des prix
 - Améliorations de la qualité
 - Ouverture de nouveaux marchés
- L'innovation, gage de monopole dans le temps
- Branche du travail temporaire sans droit des brevets
 - L'observation du marché est déterminante

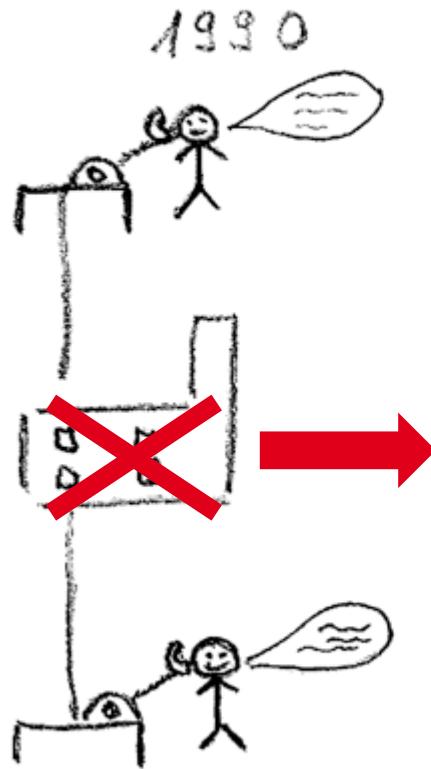
Développer et tester de nouvelles idées commerciales



Message 3

- Des idées commerciales fructueuses
 - satisfont les besoins essentiels des clients,
 - comblent les lacunes sur le marché ou
 - ouvrent de nouveaux marchés
- Le succès de nombreuses idées commerciales se reflète dans la structure du marché

Marché des télécommunications



Résumé


- L'innovation est le moteur de notre branche
 - Le discours est-il nouveau? Non, descriptif.
 - Cadre permettant de structurer vos idées

Questions et discussion



Web Analytics

Suisseo
Torsten Demuth



Analytics

Comment mesurer le trafic sur son site Web

 **suisseo**

Nous sommes

Un trading desk spécialisé dans la publicité pay-per-click et programmatique.

Conduits par les données et focalisés sur les résultats.

Innovants et toujours prêts à tester de nouvelles fonctionnalités/technologies.



Vainqueur du Google Partner
Grand Slam challenge 2014

PREMIER

Google
Partner

Accredited
Professional

 Bing ads

“Le suivi analytics est indispensable pour mesurer l’impact de vos actions marketing et améliorer en continu vos performances. C’est la fondation de toute stratégie digitale réussie.”

**Connaître
vos visiteurs**



**Mesurer
leurs actions**



**Améliorer
vos performances**

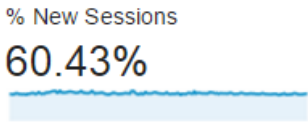
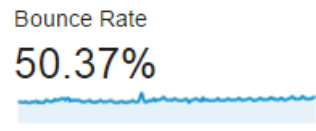
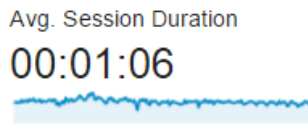
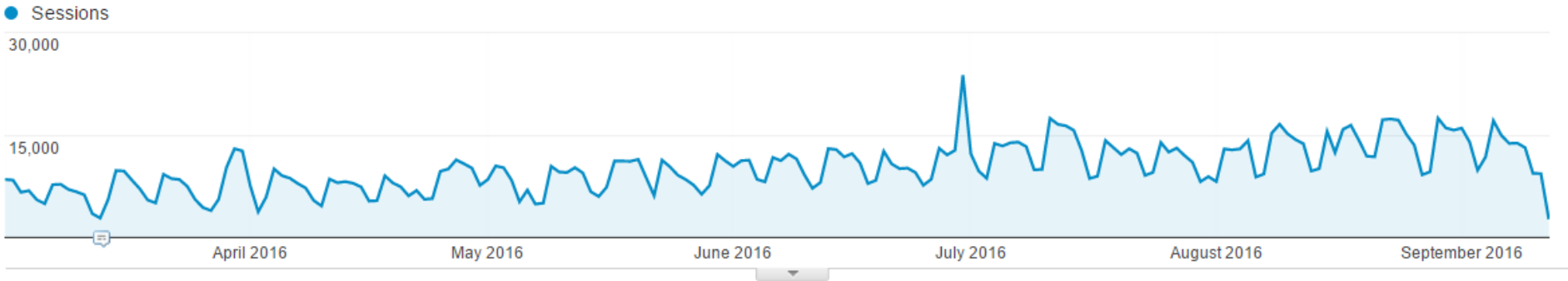




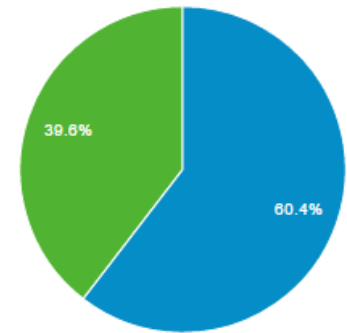
Connaître vos visiteurs

Analytics

Métriques de base

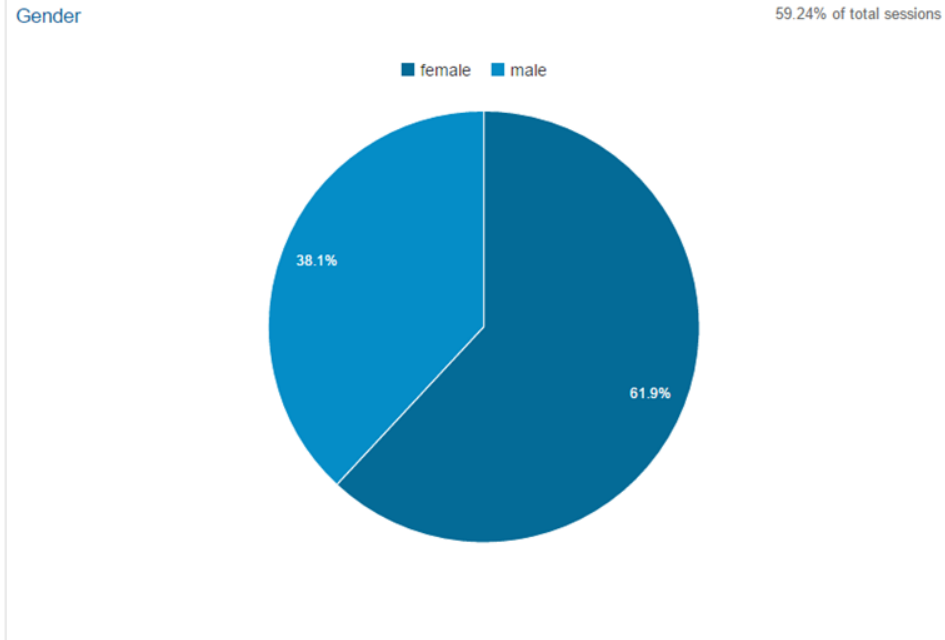
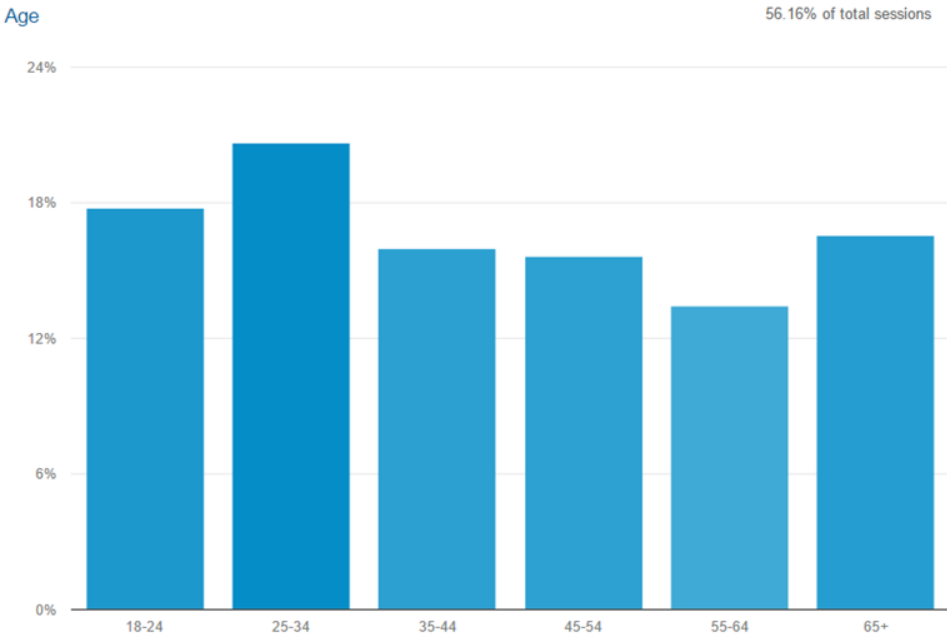


■ New Visitor ■ Returning Visitor



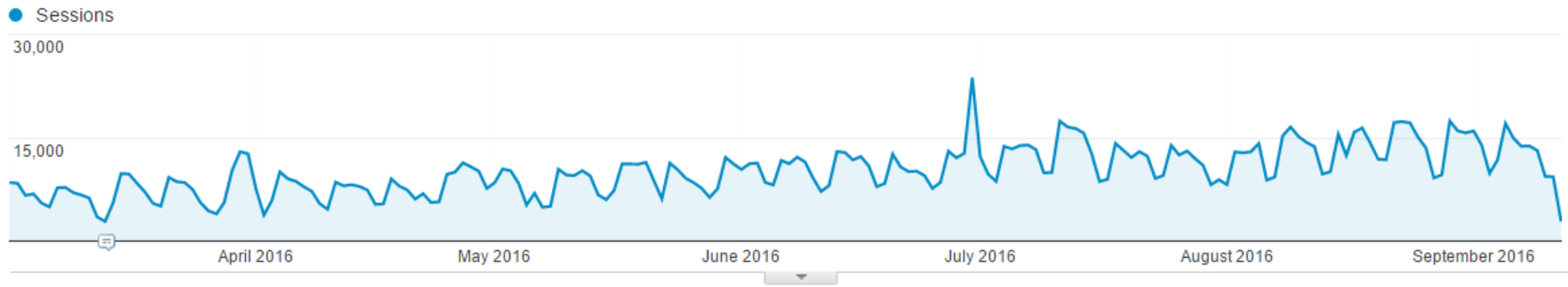
Analytics

Données démographiques



Analytics

Langues



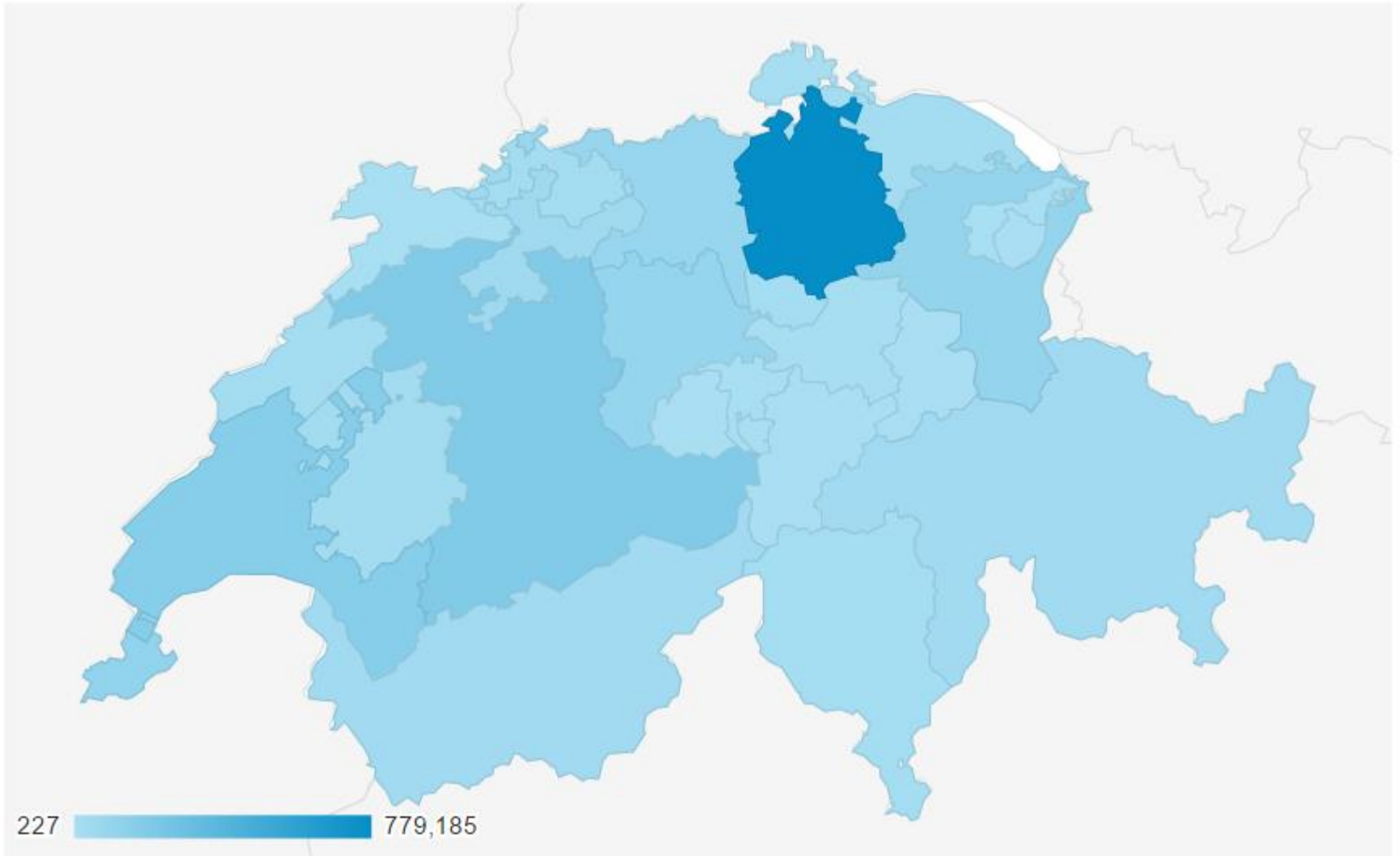
Primary Dimension: **Language**

Plot Rows Secondary dimension Sort Type: Default advanced

Language	Sessions	Sessions	Contribution to total: Sessions
	1,999,595 % of Total: 100.00% (1,999,595)	1,999,595 % of Total: 100.00% (1,999,595)	
1. de-ch	682,762	34.15%	
2. de	510,120	25.51%	
3. de-de	208,764	10.44%	
4. fr	176,551	8.83%	
5. fr-ch	159,305	7.97%	
6. fr-fr	61,602	3.08%	
7. en-us	56,028	2.80%	
8. pt-pt	24,137	1.21%	
9. it-ch	15,342	0.77%	
10. it	14,109	0.71%	

Analytics

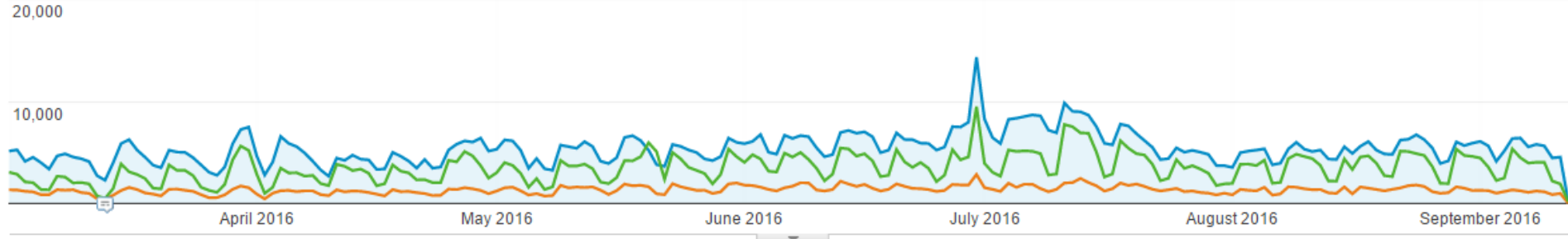
Provenance géographique



Analytics

Appareils

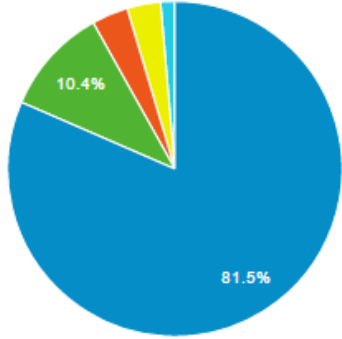
● Sessions (Mobile Traffic) ● Sessions (Tablet Traffic) ● Sessions (Desktop Traffic)



Device Category	Sessions	Pages / Session (compared to site average)
	1,999,779 % of Total: 100.00% (1,999,854)	2.80 Avg for View: 2.80 (0.00%)
1. mobile	1,053,126	-1.85%
2. desktop	687,232	4.91%
3. tablet	259,421	-5.51%

Analytics

Sources / Supports

Default Channel Grouping	Sessions	Sessions	Contribution to total: Sessions
	2,000,026 % of Total: 100.00% (2,000,026)	2,000,026 % of Total: 100.00% (2,000,026)	
1. ■ Paid Search	1,630,271	81.51%	
2. ■ Organic Search	207,226	10.36%	
3. ■ Direct	70,296	3.51%	
4. ■ Display	64,825	3.24%	
5. ■ Referral	26,392	1.32%	
6. ■ Social	985	0.05%	
7. ■ (Other)	31	0.00%	



**Mesurer leurs
actions**

Analytics

Définition des KPI et du plan de mesure

Quelles sont les actions qui ont de la valeur pour votre entreprise?

- Pages visitées
- Prises de contact
- Ventes
- Recherches sur le site
- Téléchargements
- Événements personnalisés


[JOIN US](#)


Older people also like to work on a temporary basis

Even though one quarter of temporary workers are less than 26 years old, temporary work is increasingly becoming a viable option for older job seekers: 30% of temporary workers are older than 40, and almost 13% are over 50.

[DOWNLOAD ANNUAL REPORT](#)

THE ASSOCIATION

As an employers' association, we have been serving the temporary employment industry in Switzerland for 48 years. We act as a center of excellence and service, providing support for staff leasing companies and employment agencies.

[» more](#)

SERVICES

Our members benefit from a whole range of services: pensions insurance, legal advice, quality label, events, etc. In this way, we help to ease your workload so you are free to concentrate on your core business.

[» more \(in German\)](#)
[» more \(in French\)](#)

THE INDUSTRY

The temporary employment industry in Switzerland is an area of importance to employees, employers and the economy generally. Here you can find statistics, studies and facts plus much more of interest about it.

[» more \(in German\)](#)
[» more \(in French\)](#)


Our pension fund

Our pension fund is in a strong financial position. As member of swissstaffing you can various options are available to you when it comes to insuring both your temporary and permanent staff.

[» more](#)

Vente e-commerce



Demande de devis



Localisation d'un point de vente



Search reports & help

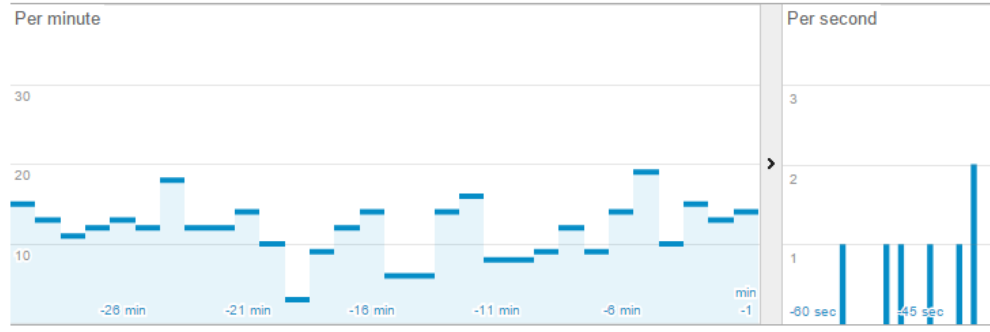
- Dashboards
- Shortcuts
- Intelligence Events
- Real-Time
 - Overview
 - Locations
 - Traffic Sources
 - Content
 - Events**
 - Conversions
- Audience
 - Overview
 - Active Users
 - Cohort Analysis BETA
 - User Explorer
 - Demographics
 - Interests
 - Geo

Events

Right now
86
active users on site



Events



Viewing: **Active Users** Events (Last 30 min)

Active Users with Events: **29** (34% of total)

	Event Category	Event Action	
1.	infinite scroll	new page load	19
2.	search dropdown	click on dropdown autocomplete link	8
3.	search dropdown	click on dropdown instant result link	4
4.	error	marketing number	2
5.	city explorer	click on city-explorer link	1
6.	entry	click on email address	1
7.	entry	click on itinary button	1
8.	entry	click on outbound link	1
9.	entry	click on phone number	1
10.	entry	click on similar entry link	1

Current Workspace

Default Workspace >

Search

Overview

Tags

Triggers

Variables

Folders

Tags

NEW

Name ▲	Type	Firing Triggers	Last Edited
AdWords - Conversion tracking - GDN	AdWords Conversion Tracking	order confirmation	2 months ago
AdWords - Conversion tracking - SEA	AdWords Conversion Tracking	order confirmation	2 months ago
UA - event - add discount coupon	Universal Analytics	add discount coupon	2 months ago
UA - event - book a room	Universal Analytics	submit book-a-room form	3 months ago
UA - event - cancel order	Universal Analytics	cancel order	2 months ago
UA - event - click on email address	Universal Analytics	click on email address	3 months ago
UA - event - click on outbound link	Universal Analytics	click on outbound link	3 months ago
UA - event - click on phone number	Universal Analytics	click on phone number	3 months ago
UA - event - create user account	Universal Analytics	create user account	2 months ago
UA - event - order completed	Universal Analytics	order confirmation	2 months ago
UA - event - submit contact form	Universal Analytics	submit contact form	3 months ago
UA - main tag	Custom HTML	All Pages	in 3 minutes
UA - transaction	Universal Analytics	order confirmation	2 months ago

Tableau de bord

Messages (1)

- Apparence dans les résultats de recherche
- Trafic de recherche
- Index Google
- Exploration
- Problèmes de sécurité
- Autres ressources



Nouveaux messages et messages importants

Errors in hreflang tags on

État actuel

Erreurs d'exploration >>

Erreurs au niveau du site

DNS	Connectivité du serveur	Exploration du fichier robots.txt
✓	✓	✓

Erreurs au niveau des URL

0 Erreur du serveur	0 Soft 404
0 Accès refusé	1 684 Introuvable

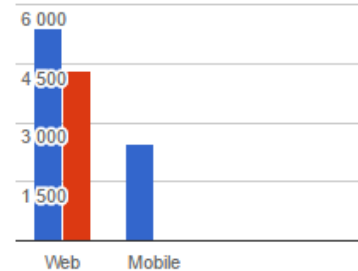
Analyse de la recherche >>

■ 30 362
Nombre total de clics



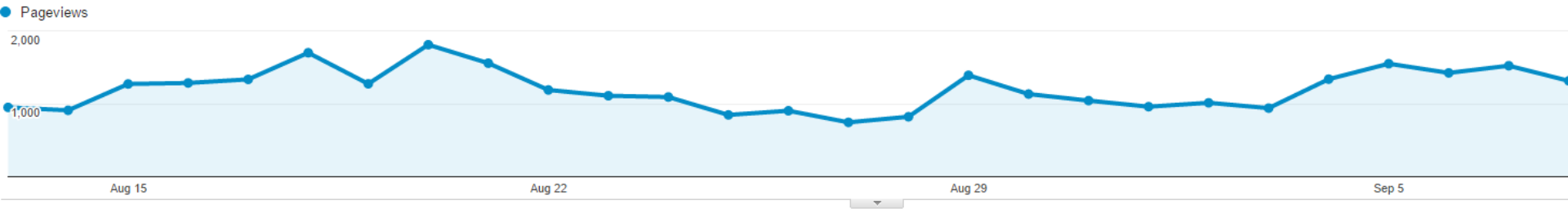
Sitemaps

■ 5 382 Nombre d'URL fournies
■ 4 306 URL indexées



Analytics

Pages consultées



Primary Dimension: [Page](#) [Page Title](#) [Other](#)

Plot Rows: [Secondary dimension](#) Sort Type: [Default](#) [advance](#)

Page ?	Pageviews ?	Unique Pageviews ?	Avg. Time on Page ?	Entrances ?	Bounce Rate ?	% Exit ?
	34,920 % of Total: 100.00% (34,920)	27,494 % of Total: 100.00% (27,494)	00:01:13 Avg for View: 00:01:13 (0.00%)	17,318 % of Total: 100.00% (17,318)	67.23% Avg for View: 67.23% (0.00%)	49.59% Avg for View: 49.59% (0.00%)
1. /fr	13,937 (39.91%)	11,446 (41.63%)	00:01:38	10,816 (62.46%)	75.56%	69.02%
2. /fr/informations-pratiques	3,271 (9.37%)	2,449 (8.91%)	00:00:56	882 (5.09%)	74.12%	45.28%
3. /en	2,935 (8.40%)	2,158 (7.85%)	00:00:54	2,021 (11.67%)	32.86%	35.84%
4. /de	1,225 (3.51%)	914 (3.32%)	00:01:03	786 (4.54%)	54.33%	48.82%
5. /fr/billetterie	1,113 (3.19%)	908 (3.30%)	00:01:43	281 (1.62%)	75.09%	54.63%
6. /fr/cafe	1,065 (3.05%)	859 (3.12%)	00:00:42	181 (1.05%)	61.33%	26.76%
7. /fr/acces	1,049 (3.00%)	837 (3.04%)	00:01:34	82 (0.47%)	73.17%	39.37%
8. /fr/groupes	953 (2.73%)	778 (2.83%)	00:00:45	403 (2.33%)	65.01%	39.87%
9. /en/useful-informations	928 (2.66%)	675 (2.46%)	00:01:00	114 (0.66%)	60.87%	33.62%
10. /fr/salles	588 (1.68%)	453 (1.65%)	00:01:07	63 (0.36%)	66.67%	29.59%

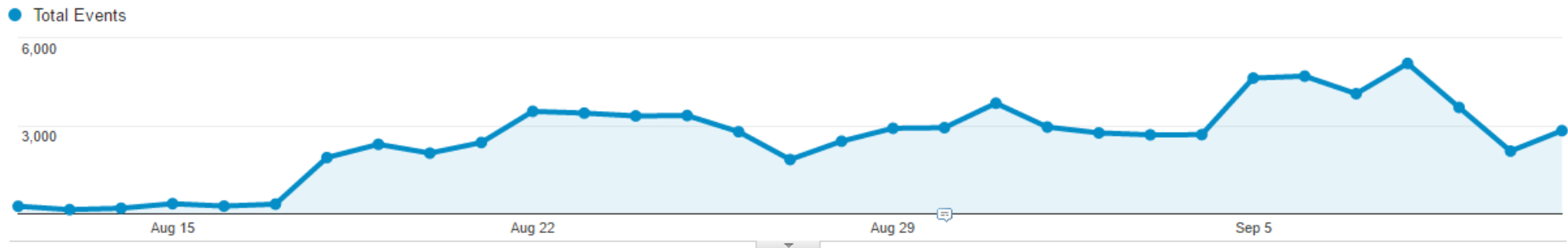
Analytics

Call tracking



Analytics

Événements

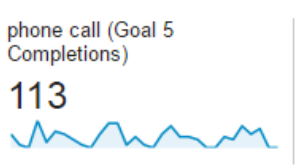
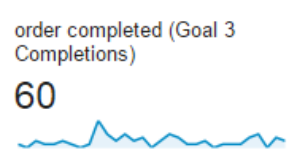
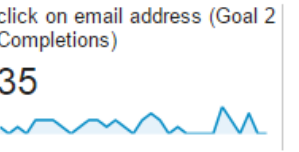
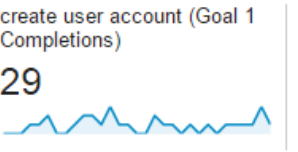
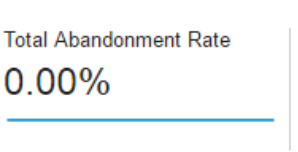
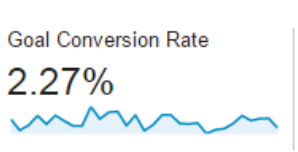
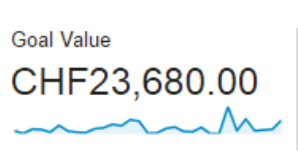


- Top Events**
- Event Category
 - Event Action**
 - Event Label

Event Action	Total Events	% Total Events
1. Custom	35,671	45.24%
2. Visit	28,258	35.84%
3. 25% Watched	2,847	3.61%
4. Play	2,797	3.55%
5. 50% Watched	2,636	3.34%
6. checkout	2,560	3.25%
7. 75% Watched	2,448	3.10%
8. 100% Watched	919	1.17%
9. download file	297	0.38%
10. click on outbound link	179	0.23%

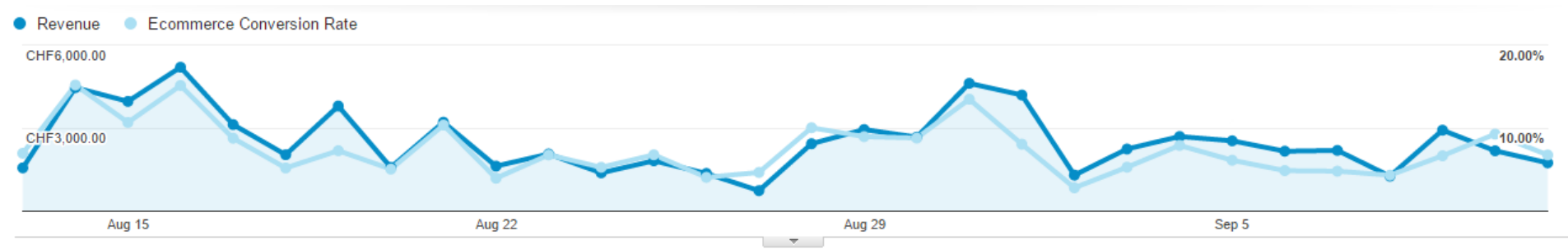
Analytics

Objectifs



Analytics

Ecommerce



Revenue & Conversion Rate

Revenue
CHF76,068.38

Ecommerce Conversion Rate
7.18%

Transactions

Transactions
670

Average Order Value
CHF113.53

Marketing

Campaigns 252 Transactions CHF27,391.80 Revenue CHF108.70 Average Order Value	Internal Promotion 0 Impressions	Order Coupon Code 0 Transactions CHF0.00 Revenue CHF0.00 Average Order Value	Affiliation 670 Transactions CHF76,068.38 Revenue CHF113.53 Average Order Value
--	---	---	--

Top Sellers

Product ▶

[Product Category \(Enhanced Ecommerce\)](#)

[Product Brand](#)

Product	Product Revenue	% Product Revenue
1. "Co	CHF2,929.29	3.75%
2. "Po	CHF2,826.38	3.62%
3. "Sc	CHF2,825.28	3.62%
4. "As	CHF2,599.04	3.33%
5. "Sp	CHF1,979.49	2.54%
6. "Po	CHF1,931.80	2.48%
7. "Ja	CHF1,587.30	2.03%
8. "Sc	CHF1,580.51	2.03%

Améliorer vos performances



Analytics

Débogage

Browser	Sessions	Bounce Rate	(compared to site average)
	2,705 % of Total: 100.00% (2,705)	60.96%	Avg for View: 60.96% (0.00%)
Chrome	1,053	8.42%	
Safari	736	-20.21%	
Firefox	417	4.64%	
Internet Explorer	312	-11.15%	
Mozilla Compatible Agent	105	64.04%	
Edge	36	-17.98%	
Safari (in-app)	30	31.23%	
(not set)	5	64.04%	
Opera	5	-1.58%	
Android Browser	2	64.04%	

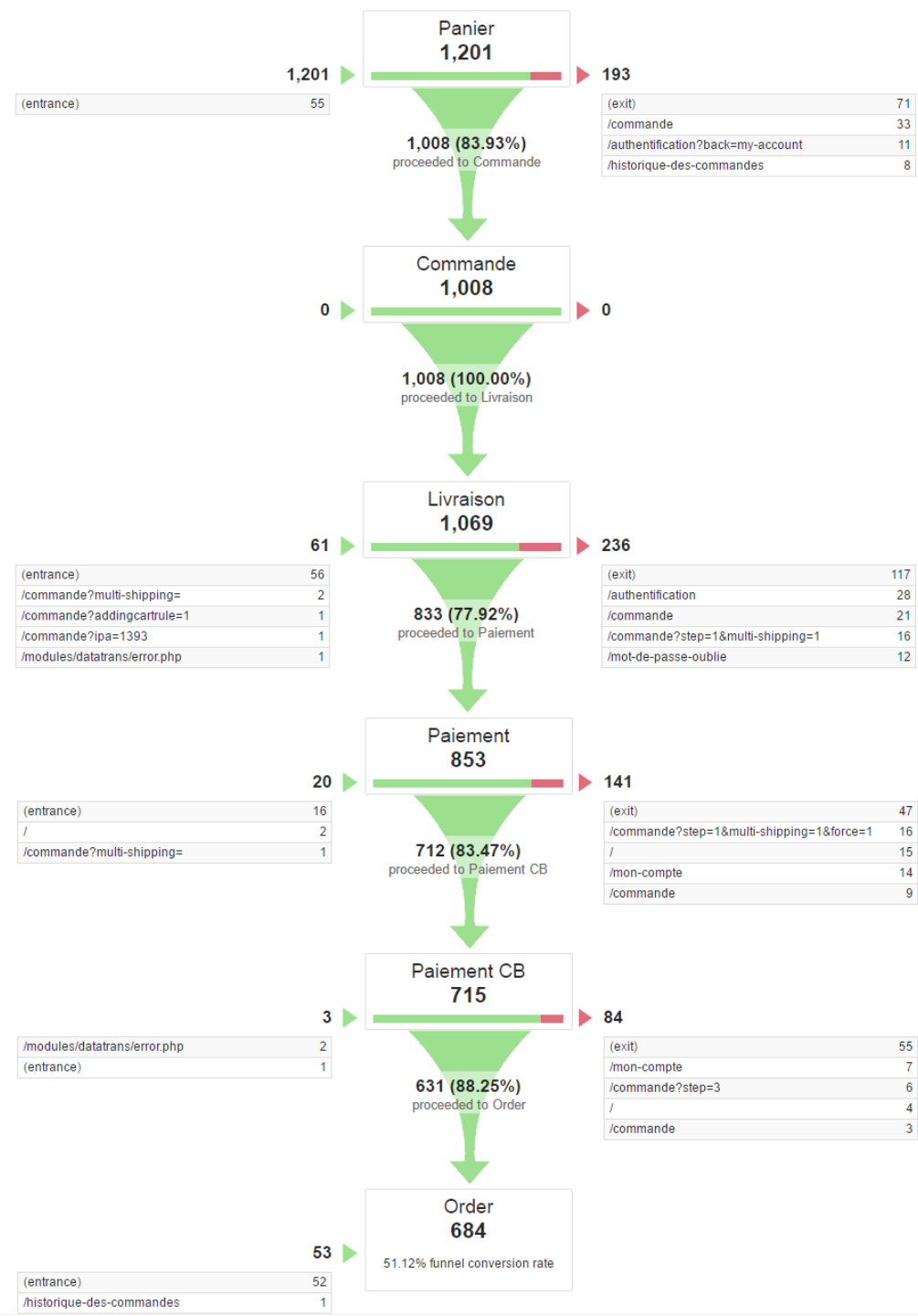
Optimisation des performances

Page		Pageviews ▼ ↓	Avg. Page Load Time (sec) ▼ (compared to site average)
		38,190 % of Total: 100.00% (38,190)	7.70 Avg for View: 7.70 (0.00%)
/en/		7,524	70.45%
/		3,044	91.05%
/fr/		2,292	-36.99%
/en/projects/		2,131	23.67%
/en/2016/08/18/hello-new-worlds/		1,197	-33.67%
/en/the-team/		1,128	-33.97%
/de/		1,123	-61.37%
/fr/equipe/		1,003	-52.63%
/fr/services/		975	-74.96%
/en/contact/		952	-21.45%

Analytics

Optimisation du tunnel de conversion

- Tests A/B
- Merchandising
- Amélioration de l'UX
- ...



Analytics

Optimisation des campagnes et du modèle d'attribution

MCF Channel Grouping Path ?

Conversions ?



1.	Organic Search	Direct	19 (29.69%)	
2.	Paid Search	Direct	11 (17.19%)	
3.	Direct × 2		8 (12.50%)	
4.	Referral	Direct	7 (10.94%)	
5.	Organic Search	Direct × 2	4 (6.25%)	
6.	Direct × 3		3 (4.69%)	
7.	Paid Search	Direct × 2	1 (1.56%)	
8.	Paid Search × 4		1 (1.56%)	
9.	Paid Search	Organic Search	Paid Search	1 (1.56%)
10.	Direct × 2	Email	Direct	1 (1.56%)

The logo for Suisseo features a stylized icon of three interconnected circles in a light green color, positioned to the left of the brand name. The brand name "suisseo" is written in a bold, dark grey, lowercase sans-serif font.

suisseo