

Google Analytics

17 novembre 2015 à Orléans

Au programme

1. DE L'IMPORTANCE DES CHIFFRES.

Pourquoi analyser l'audience de son site?

Quels sont les indicateurs pertinents pour mesurer l'audience de son site?

1. UN OUTIL AU SERVICE DU PROJET

Qui est Google Analytics?

Fonctionnalités principales

Fonctionnement

DE L'IMPORTANCE DES CHIFFRES

Une recette miracle pour réussir sur internet ?

Elle n'existe pas... désolée !

" Mais de nombreux points sont indispensables :

- > Posséder une vraie vision de son projet
- > Avoir une vraie démarche web
- > Respecter une méthode de travail spécifique au web
- > Élaborer une visibilité stratégique

- > Se forcer à de la rigueur
- > Être prêt à de la persévérance
- > Assurer une qualité de service
- > Garantir un suivi fin de l'activité web

Mesure et qualification de l'audience d'un site web

On distingue généralement deux types d'études :

- > Les études de mesure de la fréquentation (en anglais « site centric », traduisez « centrées sur le site ») ;
- > Les études de qualification du trafic (en anglais « user centric », traduisez « centrées sur l'utilisateur »), réalisée notamment à l'aide de panels d'utilisateurs.

La mesure d'audience et la qualification du trafic d'un site web sont des moyens de mesurer l'efficacité d'un site web afin d'en améliorer la qualité de façon permanente.

ANALYSER L'AUDIENCE

Répondre à des questions essentielles :

1. Combien de personnes visitent mon site ?
2. Qui sont-ils ?
3. Comment sont-ils arrivés là ?
4. Comment se comportent-ils lors de leur visite ?

Avoir une démarche d'amélioration continue de son site :

1. Étudier les canaux d'acquisition
2. Optimiser les taux de transformation
3. Améliorer l'expérience utilisateur
4. Fidéliser et créer de l'interaction

LES INDICATEURS

KPI (Key Performance Indicators)

Hits

Une page web peut-être composée d'un certain nombre de fichiers, notamment d'images, d'une ou plusieurs feuilles de style, de fichiers Javascript, etc. Un « hit » (en français académique « impact web ») correspond ainsi à un fichier chargé par le navigateur. Une page web contenant trois images correspondra donc à quatre hits.

Page vue

On appelle « page vue » (ou « page diffusée ») le chargement complet d'une page web suite à une action de l'utilisateur sur la page (typiquement un clic).

La notion de page vue est floue car elle dépend fortement de l'architecture de chaque site internet. Une page contenant des cadres (frames) risque ainsi de ne pas être comptabilisée de la même manière qu'une simple page web.

Session

On appelle session » l'intervalle de temps correspondant à une consultation sans interruption d'un site web. Est considérée comme une interruption une période d'inactivité de plus de 30

Visite

Une visite correspond à la consultation d'un site au cours d'une session, quel que soit le nombre ou le volume des pages consultées.

Une visite n'a de sens que sur une période donnée (jour, semaine, mois), on parle ainsi de visites journalières, hebdomadaires ou mensuelles. Le nombre de visites indique ainsi le nombre de postes de travail ayant accédé au site sur une période donnée.

Visiteur / visiteur unique

La notion de « visiteur » est à comprendre au sens d'individu. On appelle ainsi « nombre de visiteurs » le nombre d'individus ayant consulté le site sur une période donnée.

Taux de rebond

Le taux de rebond exprime la part des internautes ayant visité plus d'une page sur le site. Il s'agit d'un indicateur donnant une information sur l'intérêt des utilisateurs pour le site.

UN SUIVI STATISTIQUE: POUR QUOI FAIRE?

- ❑ Quantifier le niveau de performance de son site
- ❑ Vérifier la pertinence de son positionnement
- ❑ Comprendre le profil des visiteurs
- ❑ Déterminer ce que les visiteurs recherchent
- ❑ Analyser des critères quantitatifs et qualitatifs
- ❑ Estimer des potentiels d'amélioration
- ❑ Mesurer l'efficacité des actions correctives

Vérifier la pertinence de son positionnement :

- o Par l'étude des mots-clés " (utilisés par les internautes qui ont visité votre site)
- o Par des tests de positionnement " (quelle page est proposée ?)

Comprendre le profil des visiteurs :

- o ☒ Grâce à l'origine géographique des visites (pays et villes)

- o ☒ Grâce à la configuration matériel :

- > Ordi/mobile

- > Mac/Pc

- > Navigateur

- > Système d'exploitation

Déterminer ce que les visiteurs recherchent :

- o Par les mots-clés
- o Par les pages d'entrée
- o Par les pages de sortie

Analyser des critères quantitatifs et qualitatifs :

- o☒ Grâce à la possibilité de vérifier la répartition des clics " dans une page
- o☒ Par le contrôle du taux de rebond (avec 2 interprétations possibles)
- o☒ Par l'analyse du taux de transformation
- o☒ Par une interprétation critique des données

Estimer le potentiel d'amélioration :

- o Par l'étude de la composition du flux de visites
- o Objectif : déterminer des actions correctives sur le site pour améliorer la visibilité, la fréquentation, le taux de transformation (visiteurs > contacts > clients)"

Mesurer l'efficacité des actions correctives :

- o☒ Etablissement d'une stratégie de visibilité
- o☒ Optimisation des contenus rédactionnels
- o☒ Mise en conformité technique du site
- o☒ Création de nouvelles pages et optimisation des pages existantes
- o☒ Suivi comparatif :

- > Fréquentation

- > Mots-clés

- > Positionnement

- > Echanges avec le client



UN OUTIL AU SERVICE DU PROJET

Google Analytics

Anywhere. Anytime.



Faire connaissance avec Google Analytics

- Une solution complète
- Un outil gratuit et « anytime – anywhere » mais accessible via un compte google uniquement
- Pas de logiciel à installer sur votre poste
- Gestion de plusieurs sites web avec 1 ou plusieurs accès utilisateurs
- Interfaçage avec vos campagnes Adwords
- Suivi en temps réel de vos visites et des centres d'intérêts des visiteurs
- Mesure des tendances de fréquentation
- Des indicateurs de performance pour optimiser votre site
- Etc...

Installer Google Analytics

1ère étape : s'inscrire sur Google Analytics

Connectez vous à votre compte Google puis

RDV sur : <http://www.google.com/analytics/>



udotsiduloiret@wanadoo.fr ▼

Commencez à analyser le trafic sur votre site en trois étapes.

1 Inscription à
Google Analytics



Nous avons simplement besoin
d'informations générales sur le site
que vous souhaitez surveiller.

2 Ajoutez le code de suivi



Vous obtiendrez un code de suivi à
insérer dans vos pages pour que
Google sache quand votre site
enregistre des visites.

3 Obtenez des informations
sur votre audience



D'ici quelques heures, des données
relatives à votre site commenceront
à apparaître.

Commencer à utiliser Google Analytics

Inscription

Inscrivez-vous maintenant. C'est facile
et gratuit !

Vous avez des questions ? [Centre d'aide](#)

2nde étape : configurer le compte

Puis cliquez sur obtenir un ID de suivi

Puis acceptez les conditions de ventes

Copier coller le code de suivi qu'il vous faudra insérer dans les pages de votre site web.

Google Analytics afin de résoudre les problèmes t

☒ **Spécialistes de compte** **RECOMMANDÉ**

Autorisez les spécialistes Google du marketing et afin qu'ils puissent trouver des moyens d'améliorer d'optimisation. Si vous n'êtes pas en contact avec dûment autorisés.

Découvrez comment Google Analytics [protège vos dc](#)

Vous utilisez 0 compte(s) sur 100.

Obtenir un ID de suivi

Annuler

Nouveau compte

De quels éléments souhaitez-vous effectuer le suivi ? —

Site Web

Application mobile

Méthode de suivi —

Cette propriété fonctionne à l'aide d'Universal Analytics. Pour te mettez en œuvre l'extrait de code de suivi Universal Analytics.

Configuration de votre compte —

Nom du compte obligatoire

Les comptes se trouvent au niveau supérieur de l'organisation. |

Nouveau nom de compte

Configuration de votre propriété —

Nom du site Web obligatoire

Mon nouveau site Web

URL du site Web obligatoire

http:// ▼

Exemple : http://www.mywebsite.com

3ème étape : insérer le code de suivi dans votre site

Suivant l'outil avec lequel vous gérez votre site Internet, la façon d'intégrer ce code diffère. (Sur Wordpress par exemple, il existe une extension qui automatisera l'intégration du code sur toutes les pages.)

Sans système de gestion du contenu, il vous faudra faire appel à votre prestataire web !

Une fois le code installé patientez 24H maximum :

Vos statistiques remontent !

LES COOKIES

Les données collectées par votre outil de stats, se font grâce aux cookies
C'est le témoin de votre connexion sur un site web.

> Obligation d'informer vos visiteurs



Protéger les données personnelles, accompagner l'innovation, préserver les libertés individuelles

CNIL

Rechercher un article, fiche, démarche...

L'INSTITUTION

VOS DROITS

VOS OBLIGATIONS

LES THÈMES

DOCUMENTATION

Accueil > Vos obligations > Sites web, cookies et autres traceurs > Outils et codes sources > La mesure d'audience

VOS OBLIGATIONS

Solutions pour la mesure d'audience



VOS OBLIGATIONS

DÉCLARER UN FICHIER

MODÈLES DE MENTIONS CNIL

PACKS DE CONFORMITÉ

SITES WEB, COOKIES ET AUTRES
TRACEURS

> Que dit la loi ?

> Outils et codes sources

- La mesure d'audience
- Les boutons sociaux
- La publicité

> Testez-vous avec Cookieviz

Comment me mettre en conformité avec la recommandation "Cookies" de la CNIL ?

Les outils de mesures d'audience sont déployés afin d'obtenir des informations sur la navigation des visiteurs. Ils permettent notamment de comprendre comment les utilisateurs arrivent sur un site et de reconstituer leur parcours. Ces outils utilisent des technologies permettant de tracer les utilisateurs sur le site et d'associer un « referrer » ou une campagne à un identifiant unique.

Deux solutions :

1. Utiliser un outil dispensé de consentement
2. Recueillir le consentement de l'internaute en cas d'utilisation d'outil non conforme

Conditions pour mesurer la fréquentation sans recueillir le consentement

Pour être dispensé du recueil du consentement, les outils de mesure d'audience doivent respecter les conditions suivantes :

Fonctionnalités principales

CONFIGURATION DU COMPTE

La page Admin de Google Analytics vous permet de gérer vos comptes, vos propriétés, vos vues et vos utilisateurs.

Seul un profil administrateur permet d'accéder à toutes les données

Administration
CDT du Loiret

COMPTE	PROPRIÉTÉ	VUE
CDT du Loiret	http://www.tourismeloiret.c...	www.tourismeloiret.com
 Paramètres du compte	 Paramètres de la propriété	 Paramètres de la vue
 Gestion des utilisateurs	 Gestion des utilisateurs	 Gestion des utilisateurs
 Tous les filtres	 Informations de suivi	 Objectifs
 Historique des modifications	ASSOCIATION DE PRODUITS	 Regroupement de contenu
 Corbeille	 Association AdWords	 Filtres
	 Association AdSense	 Paramètres des canaux
	 Association Ad Exchange	 Paramètres de commerce électronique
	 Tous les produits	 Statistiques calculées BETA
	 Publications	ÉLÉMENTS ET OUTILS PERSONNELS

Fonctionnalités principales

CONFIGURATION DU COMPTE

Les filtres

Ils peuvent être prédéfinis ou personnalisés Ils ne sont pas actifs rétroactivement

Les filtres prédéfinis portent sur l'inclusion / l'exclusion : d'un domaine / sous domaine d'une ou plusieurs adresses IP spécifiques

Les filtres personnalisés peuvent porter sur l'inclusion / l'exclusion : d'une zone géographique d'un type de campagne d'un type de visiteurs

Administration > Filtres globaux > Ajouter un filtre à la vue

CDT du Loiret

COMPTE

CDT du Loiret

Paramètres du compte

Gestion des utilisateurs

Tous les filtres

Historique des modifications

Corbeille

Ajouter un filtre à la vue

Informations sur le filtre

Nom du filtre

Type de filtre

Prédéfini Personnalisé

Sélectionnez un type de filtre

Sélectionner la source ou la destination

Sélectionner l'expression

Exclure

Inclure uniquement

Vues disponibles

test GMT Paris CDT

test GMT paris SLA

Toutes les données du site Web

Toutes les données du site Web

Toutes les données du site Web

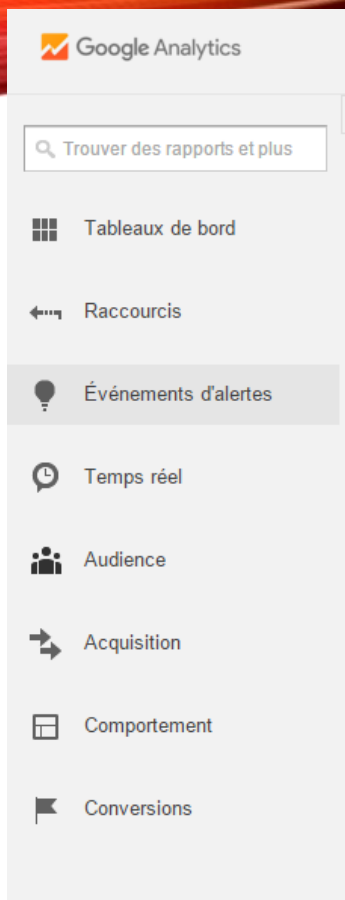
www.reservation-loiret.com

www.tourismeloiret.com

Vues sélectionnées

Ajouter »

« Supprimer



Fonctionnalités principales

3 Domaines d'analyse principaux

AUDIENCE

Qui sont mes visiteurs, combien sont ils ?

AQUISITION

De quelle façon arrivent-ils sur mon site ?

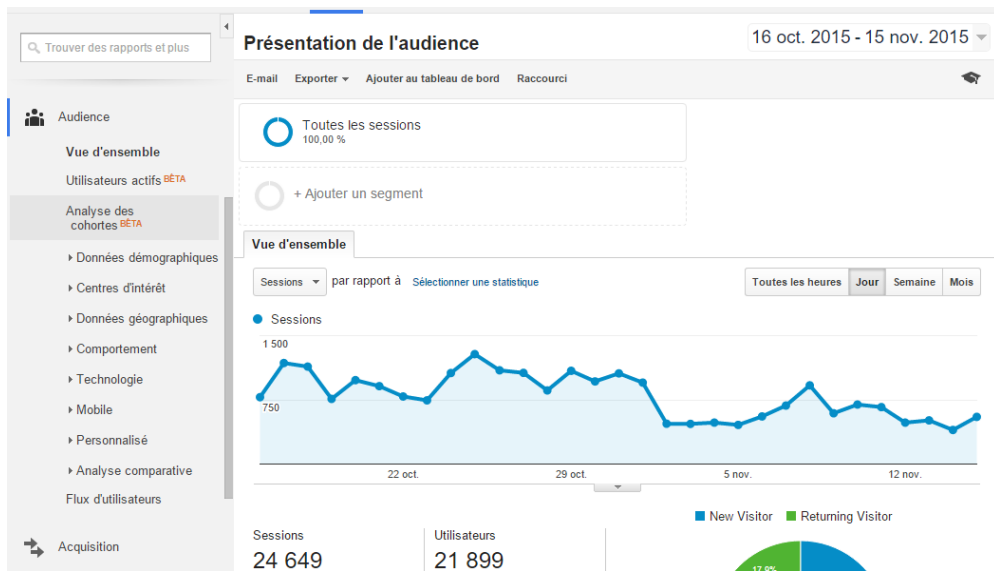
COMPORTEMENT

De quelle façon se comportent t'il sur mon site ?

AUDIENCE

A RETENIR SUR LA COURBE DE TRAFIC

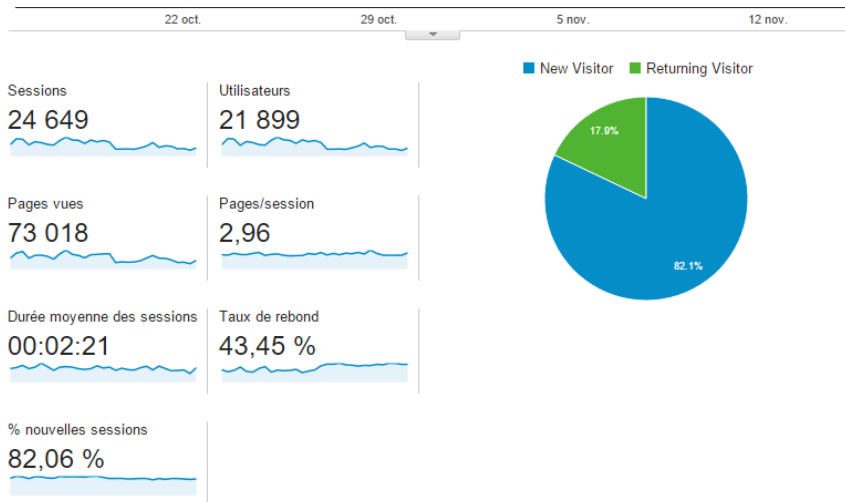
- Gestion de la périodicité
- Possibilité de comparer deux périodes de temps
- Possibilité de changer l'indicateur représenté
- Possibilité de comparer deux indicateurs
- Possibilité de faire des annotations pour garder la mémoire des actions qui ont pu influencer le trafic.

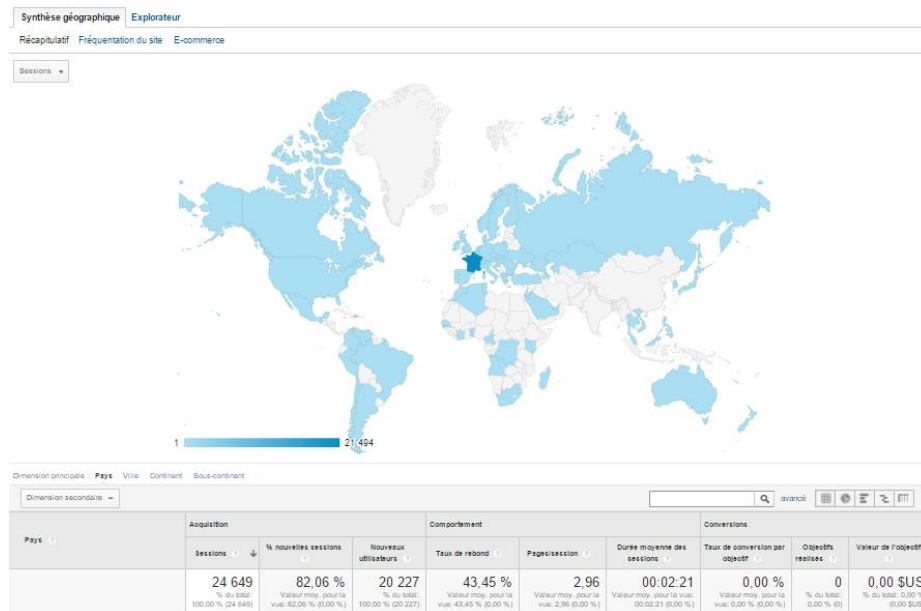


A RETENIR SUR LA COURBE DE TRAFIC

- Visites : nombre de visites sur le site
- Visiteurs uniques : nombre d'internautes ayant visités le site une seule fois sur la période
- Pages vues : nombre total de pages consultées
- Pages / visites : nombre moyen de page par visite
- Durée moyenne de visite : temps moyen passé
- Taux de rebond : % de visites d'une seule page
- Nouvelles visites en % : estimation du % des nouvelles visites

AUDIENCE





Données Géographiques

Origine géographique :

- Cartographie avec une analyse par Pays ou par ville
- En cliquant sur un pays je passe directement au détail par région
- En introduisant une variable secondaire je peux par exemple étudier des différences de comportement
- Possibilité d'afficher en % du nombre total de visite

	Langue ?	Acquisition			Comportement	
		Sessions ? ↓	% nouvelles sessions ?	Nouveaux utilisateurs ?	Taux de rebond ?	Pages/session ?
		24 649 % du total: 100,00 % (24 649)	82,06 % Valeur moy. pour la vue: 82,06 % (0,00 %)	20 227 % du total: 100,00 % (20 227)	43,45 % Valeur moy. pour la vue: 43,45 % (0,00 %)	2,96 Valeur moy. pour la vue: 2,96 (0,00 %)
☐	1. fr	16 722 (67,84 %)	85,90 %	14 364 (71,01 %)	36,48 %	3,01
☐	2. fr-fr	7 065 (28,66 %)	73,05 %	5 161 (25,52 %)	57,30 %	2,89
☐	3. en-us	342 (1,39 %)	75,73 %	259 (1,28 %)	66,08 %	2,59
☐	4. en	69 (0,28 %)	72,46 %	50 (0,25 %)	52,17 %	2,52
☐	5. en-gb	65 (0,26 %)	87,69 %	57 (0,28 %)	58,46 %	2,38
☐	6. nl-nl	45 (0,18 %)	73,33 %	33 (0,16 %)	57,78 %	2,73
☐	7. de	41 (0,17 %)	82,93 %	34 (0,17 %)	73,17 %	1,68
☐	8. nl	41 (0,17 %)	87,80 %	36 (0,18 %)	58,54 %	2,61
☐	9. es	34 (0,14 %)	76,47 %	26 (0,13 %)	58,82 %	5,09
☐	10. pt-br	29 (0,12 %)	96,55 %	28 (0,14 %)	96,55 %	1,10

Langues

- Comprendre : la langue du navigateur de vos visiteurs
- Certaines langues sont composées (ex fr.fr : français de France)
- Pour avoir une vision plus claire, croiser avec une variable secondaire Visiteurs > Pays territoire

AUDIENCE

COMPOTEMENTS

Nouveaux VS connus

- Estimation grâce aux cookies *
- En cas de navigation privée les données ne sont pas stockées
- En cas de suppression des données de navigation, les compteurs retournent à 0
- En cas de changement d'appareil ou de navigateur, vous êtes considérés comme nouveau visiteur
- Ces rapports permettent d'analyser les différences de comportement entre les visiteurs et les fidèles
- Il donne également des indications sur la fréquence de visites des visiteurs fidèles
- Un visiteur connu est en fait un visiteur ayant visité votre site plus de deux fois au cours des 2 dernières années (durée de vie du cookies visiteur)

22 OCT. 29 OCT. 5 NOV. 12 NOV.

Dimension principale : Type d'utilisateur

Tracer les lignes Dimension secondaire

Type de tri : Paramètre par défaut

	Type d'utilisateur ?	Acquisition			Comportement	
		Sessions ? ↓	% nouvelles sessions ?	Nouveaux utilisateurs ?	Taux de rebond ?	Pages/session ?
		24 649 % du total: 100,00 % (24 649)	82,06 % Valeur moy. pour la vue: 82,06 % (0,00 %)	20 227 % du total: 100,00 % (20 227)	43,45 % Valeur moy. pour la vue: 43,45 % (0,00 %)	2,96 Valeur moy. pour la vue: 2,96 (0,00 %)
☐	1. New Visitor	20 227 (82,06 %)	100,00 %	20 227 (100,00 %)	40,73 %	2,89
☐	2. Returning Visitor	4 422 (17,94 %)	0,00 %	0 (0,00 %)	55,88 %	3,31

AUDIENCE

	Navigateur ?	Acquisition			Comportement		
		Sessions ? ↓	% nouvelles sessions ?	Nouveaux utilisateurs ?	Taux de rebond ?	Pages/session ?	mo ses
		24 649 % du total: 100,00 % (24 649)	82,06 % Valeur moy. pour la vue: 82,06 % (0,00 %)	20 227 % du total: 100,00 % (20 227)	43,45 % Valeur moy. pour la vue: 43,45 % (0,00 %)	2,96 Valeur moy. pour la vue: 2,96 (0,00 %)	00
☐	1. Firefox	9 309 (37,77 %)	92,00 %	8 564 (42,34 %)	22,04 %	2,87	
☐	2. Chrome	7 642 (31,00 %)	77,94 %	5 956 (29,45 %)	56,16 %	3,13	
☐	3. Safari	3 395 (13,77 %)	72,52 %	2 462 (12,17 %)	60,85 %	2,45	
☐	4. Internet Explorer	3 054 (12,39 %)	77,34 %	2 362 (11,68 %)	50,69 %	3,51	
☐	5. Android Browser	825 (3,35 %)	65,45 %	540 (2,67 %)	61,09 %	2,62	
☐	6. Edge	253 (1,03 %)	77,08 %	195 (0,96 %)	48,22 %	3,45	
☐	7. Opera	73 (0,30 %)	87,67 %	64 (0,32 %)	63,01 %	2,78	
☐	8. Safari (in-app)	34 (0,14 %)	82,35 %	28 (0,14 %)	76,47 %	1,32	
☐	9. Mozilla Compatible Agent	15 (0,06 %)	100,00 %	15 (0,07 %)	100,00 %	1,00	
☐	10. BlackBerry	10 (0,04 %)	80,00 %	8 (0,04 %)	80,00 %	1,20	

Technologie

Navigateur / système d'exploitation /
Résolution d'écran

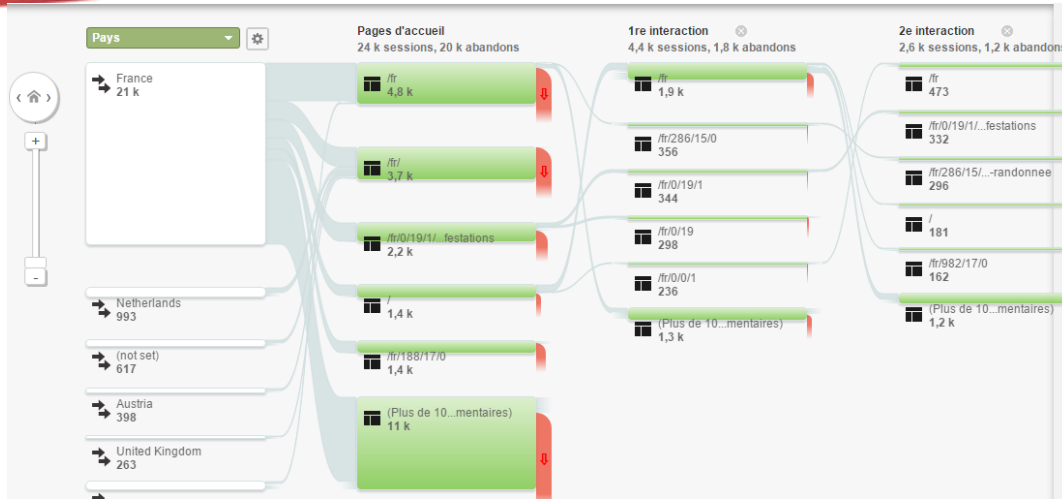
Permet de repérer des contre-
performances éventuelles en fonction
de la technologie utilisée

Mobile

Vue d'ensemble Permet d'optimiser
l'expérience utilisateur en fonction du
type d'appareil utilisé : Smartphone,
tablette, ordinateur de bureau

Appareils : possibilité d'affiner par type
d'appareil (marque et modèle des
appareils mobiles utilisés)

AUDIENCE



Flux de visiteurs

Permet de visualiser le parcours des visiteurs sur le site

Taux d'abandon : Internautes qui quittent le site après une page déterminée

On peut changer la variable analysée : Sélectionner par exemple la variable « Source de trafic »

En sélectionnant « Mettre en évidence le trafic via ce nœud » on peut étudier la façon dont les internautes arrivent sur une page spécifique par exemple Ce rapport permet notamment de détecter des problèmes d'ergonomie (=accès à l'information)

ACQUISITION

Présentation / Canaux / Tout le trafic

Ces rapports permettent d'identifier rapidement :

- ☐ Les sources qui vous apportent le plus d'internautes
- ☐ Les sources qui vous apportent les internautes faisant preuve du plus grand intérêt pour votre site.

Ces rapports vous permettent également d'affiner l'analyse du trafic en fonction de la façon dont les visiteurs sont arrivés sur votre site

ACQUISITION

Les sites référents

Définition :

Sites ayant fournis un ou plusieurs visiteurs au à votre site propre.

Vous pouvez donc repérer les sites qui vous apportent le plus de visiteurs.

Ce rapport peut vous aider dans la décision de vous référencer par exemple sur tel ou tel annuaire !

ACQUISITION

Dimension principale : **Mot clé** Source Page de destination Autre ▾

Tracer les lignes Dimension secondaire ▾ Type de tri : Paramètre par défaut ▾ avancé

	Mot clé ?	Acquisition			Comportement			Conversions		
		Sessions ? ↓	% nouvelles sessions ?	Nouveaux utilisateurs ?	Taux de rebond ?	Pages/session ?	Durée moyenne des sessions ?	Taux de conversion par objectif ?	Objectifs réalisés ?	Valeur de
		14 142 % du total: 57,37 % (24 649)	75,98 % Valeur moy. pour la vue: 82,06 % (-7,41 %)	10 745 % du total: 53,12 % (20 227)	56,22 % Valeur moy. pour la vue: 43,45 % (29,39 %)	3,18 Valeur moy. pour la vue: 2,96 (7,33 %)	00:02:21 Valeur moy. pour la vue: 00:02:21 (-0,33 %)	0,00 % Valeur moy. pour la vue: 0,00 % (0,00 %)	0 % du total: 0,00 % (0)	0,00 % % du total:
☐	1. (not provided)	13 157 (93,03 %)	76,47 %	10 061 (93,63 %)	55,84 %	3,21	00:02:24	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 \$US
☐	2. manifestation loiret	17 (0,12 %)	41,18 %	7 (0,07 %)	52,94 %	3,00	00:01:27	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 \$US
☐	3. tourisme loiret	14 (0,10 %)	50,00 %	7 (0,07 %)	42,86 %	6,86	00:03:51	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 \$US
☐	4. (not set)	6 (0,04 %)	16,67 %	1 (0,01 %)	100,00 %	1,00	00:00:00	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 \$US
☐	5. loiret tourisme	6 (0,04 %)	83,33 %	5 (0,05 %)	0,00 %	4,17	00:03:24	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 \$US
☐	6. sortie dans le loiret	6 (0,04 %)	50,00 %	3 (0,03 %)	50,00 %	5,00	00:07:34	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 \$US
☐	7. loiret	5 (0,04 %)	60,00 %	3 (0,03 %)	60,00 %	3,40	00:01:50	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 \$US
☐	8. office du tourisme loiret	5 (0,04 %)	60,00 %	3 (0,03 %)	0,00 %	7,40	00:05:27	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 \$US
☐	9. parc du chateau chateaufort sur loire	5 (0,04 %)	20,00 %	1 (0,01 %)	80,00 %	1,20	00:00:11	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 \$US

Les mots clés

Vous pouviez voir les mots clés saisis par les internautes sur Google afin d'arriver sur votre site

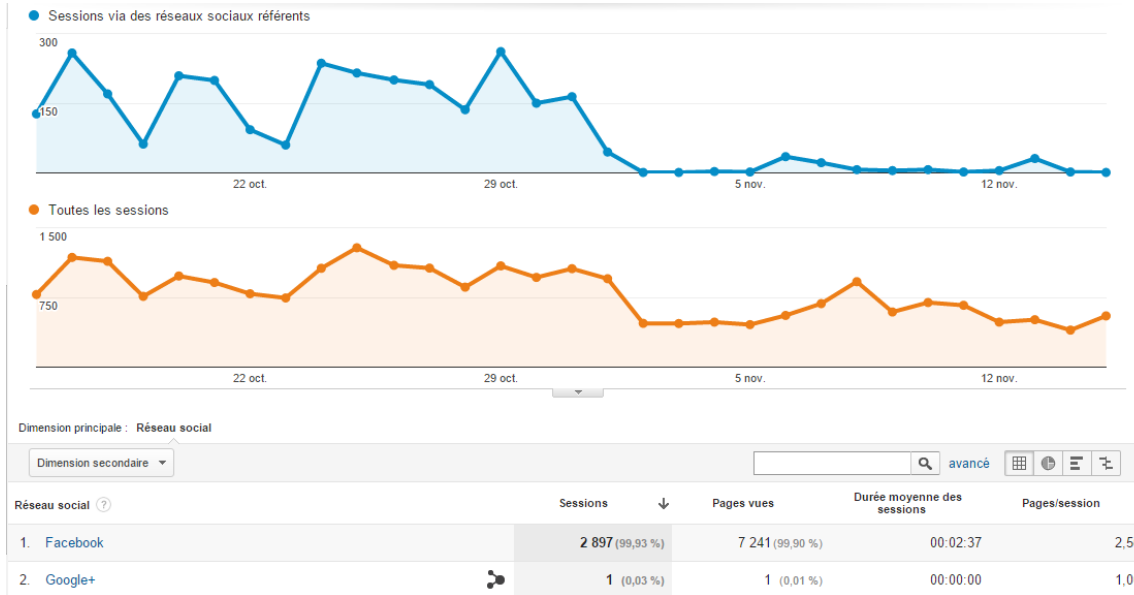
Malheureusement ces données ne sont aujourd'hui plus communiquées par Google !

C'est ce qui explique la ligne « Not provided »

ACQUISITION

Réseaux sociaux

Ces rapports vous permettent de visualiser les réseaux sociaux qui vous apportent du trafic et le comportement des visiteurs en provenance de ces réseaux sociaux.



COMPORTEMENT

Vue d'ensemble

16 oct. 2015 - 15 nov. 2015

E-mail Exporter Ajouter au tableau de bord Raccourci

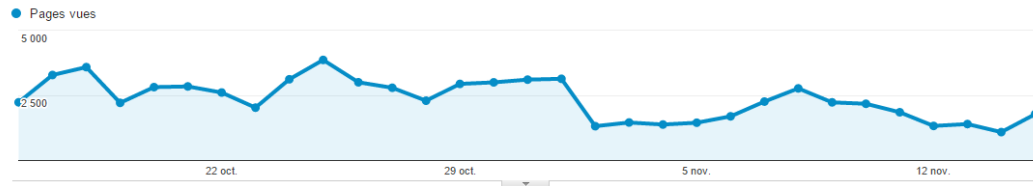
Toutes les sessions
100,00 %

+ Ajouter un segment

Vue d'ensemble

Pages vues par rapport à Sélectionner une statistique

Toutes les heures Jour Semaine Mois



Pages vues

73 018

Vues uniques

48 672

Temps moyen passé sur la page

00:01:12

Taux de rebond

43,45 %

Sorties (en %)

33,76 %

Cette rubrique va nous permettre d'analyser un peu plus le comportement des visiteurs sur votre site et de mettre en place des actions d'optimisation.

Voici les types d'information disponibles :

- ☐ Etude du trafic par page
- ☐ Quelles sont les pages d'atterrissage, les pages de sortie ?
- ☐ Quelles sont les zones qui enregistrent le plus de clics ?

COMPORTEMENT

Contenu du site

Page

Titre de page

Recherche sur site

Terme de recherche

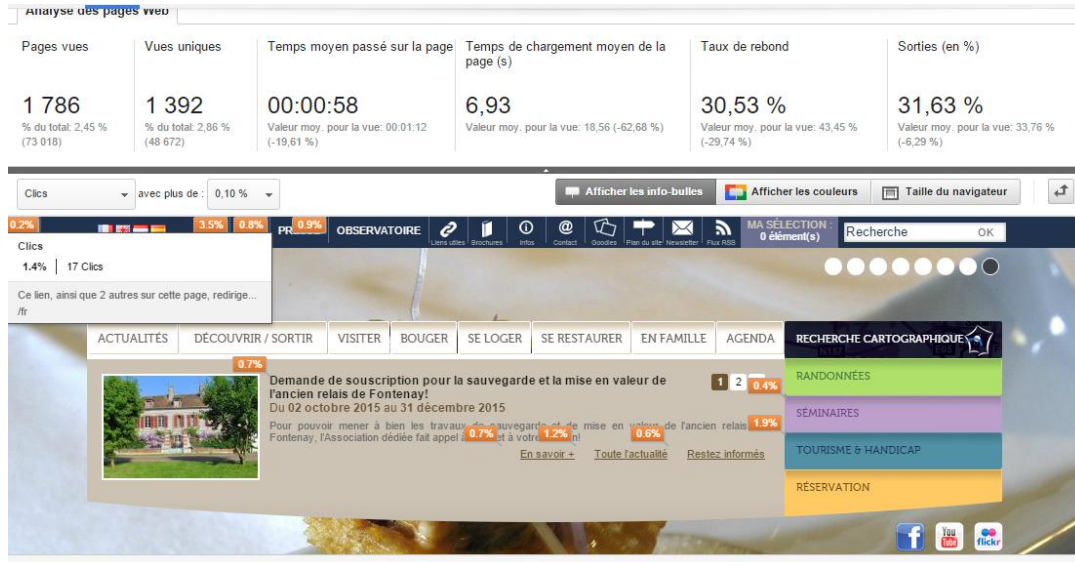
Événements

Catégorie d'événement

Page	Pages vues	% Pages vues
1. /fr/	9 234	12,65 %
2. /fr/0/19/1/0/sit/index/0/consultez-l-agenda-complet-des-manifestations	3 814	5,22 %
3. /fr/155/pages/d/se-loger/se-loger/	2 203	3,02 %
4. /fr/286/15/0/0/sit/index/randonnee-pedestre/les-circuits-de-promenade-et-de-randonnee	2 201	3,01 %
5. /	1 786	2,45 %
6. /fr/947/pages/d/activites-de-loisirs/tourisme-fluvial-presentation/page/	1 036	1,42 %
7. /fr/351/pages/d/en-famille/activites-de-loisirs/page/0	894	1,22 %
8. /fr/982/17/0/0/sit?liaison=21	637	0,87 %
9. /fr/191/19/0/0/sit/index/agenda/fetes-et-manifestations	617	0,84 %
10. /fr/129/pages/d/decouvrir-le-loiret/un-patrimoine-d-exception/page/	615	0,84 %

COMPORTEMENT

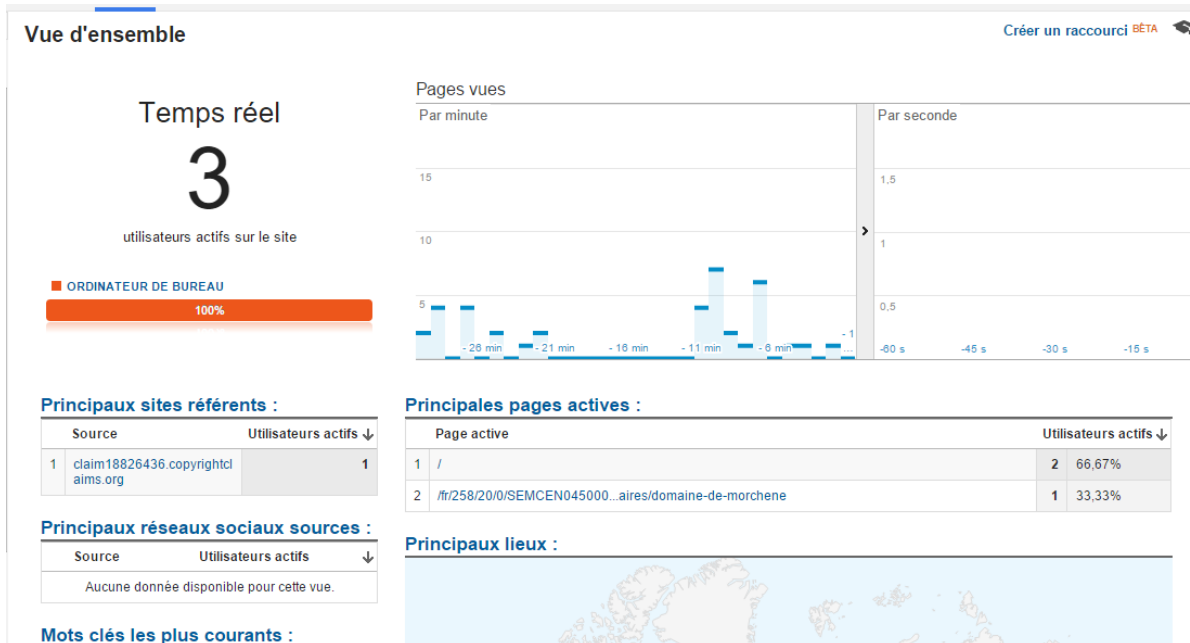
Analyse des pages web.
Permet de visualiser à quel endroit les
gens cliquent



TEMPS REEL

Temps Réel

Visualisez en direct ce qui se passe sur votre site !



Synthèse des principaux indicateurs

Les visites sur mon site

- ✓ Nombre de visites
- ✓ Nombre de visiteurs uniques
- ✓ Pages vues / visite
- ✓ Page d'atterrissage /de sortie
- ✓ Durée moyenne de la visite
- ✓ Taux de rebond

Qui sont mes visiteurs ?

- ✓ Pays d'origine
- ✓ Ville
- ✓ Navigateur
- ✓ Système d'exploitation
- ✓ Résolution d'écran
- ✓ Fournisseur d'accès

Les sources de trafic

- ✓ Accès directs / Moteurs de recherche / Sites référents
- ✓ Détail des sites référents
- ✓ Mots clés saisis sur les moteurs de recherche

Analyse du contenu

- ✓ Taux de clic sur chaque page

Pour conclure

Pour aller plus loin

https://www.youtube.com/playlist?list=PLI5YfMzCfRtZ8eV576YoY3vIYrHjyVm_e