



mopa



# Journée Technique : quelle audience pour mon site Internet ?

*Périgueux. 12 mars 2009.*

Intervention P. Croizet :  
Utiliser Google Analytics



# C'est quoi Google Analytics ?



- Un outil d'analyse statistique de l'audience de votre site
- Parmi d'autres (Xiti, E-Stats...)
- Gratuit

# A quoi ça sert ?

- A répondre à des questions simples :
  - Quelle est l'audience de mon site ?
  - Qui sont ses visiteurs ?
  - Comment fonctionne-t-il ?
  - Combien me rapporte-t-il ?

# Comment ça marche ?

- En plaçant des marqueurs sur les pages de votre site
- Marqueurs = codes javascript adaptés dans les pages HTML que vous souhaitez analyser



# Vue d'ensemble

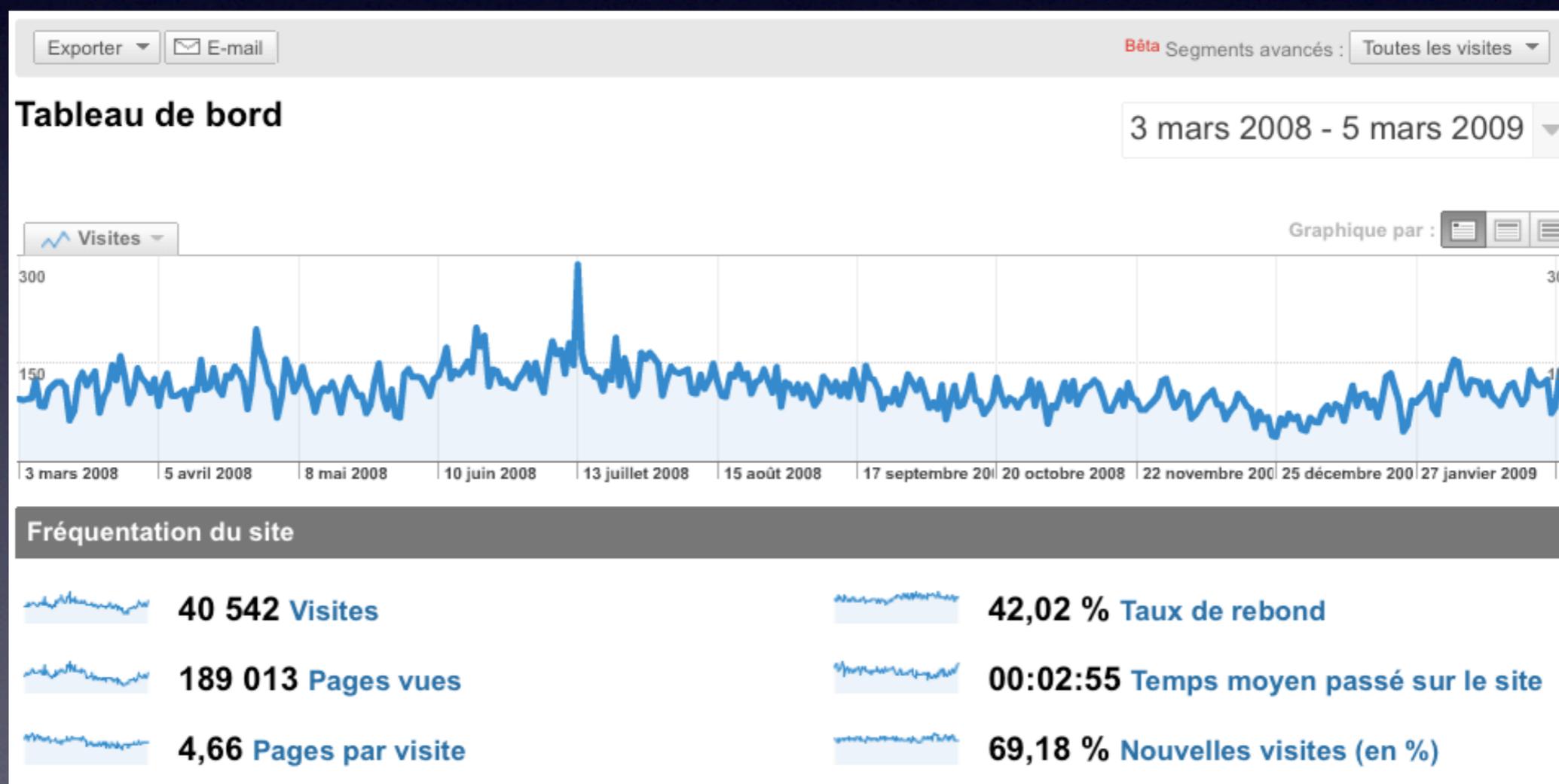
## Le tableau de bord

- Photo instantanée : indicateurs clés

# Vue d'ensemble

## Le tableau de bord

- Photo instantanée : indicateurs clés



# Vue d'ensemble

## Le tableau de bord

- Définitions importantes

# Vue d'ensemble

## Le tableau de bord

- Définitions importantes

**Visites** : nombre de sessions (connexions) ouvertes au cours de la période active (Attention : différent de “clics”)

# Vue d'ensemble

## Le tableau de bord

- Définitions importantes

**Visites** : nombre de sessions (connexions) ouvertes au cours de la période active (Attention : différent de “clics”)

**Visiteurs uniques absolus** : nombre de personnes ayant visité le site, quel que soit le nombre de sessions ouvertes par chacun, rapporté à la période d'analyse

# Vue d'ensemble

## Le tableau de bord

- Exemple



Lundi 2 mars 2009

3 connexions au site de la Mopa = 3 visites

Avec le même ordinateur (même I.P.)  
= 1 visiteur unique absolu

Du 2/03/2008 au 2/03/2009

285 connexions au site de la Mopa = 285 visites

Avec le même ordinateur (même I.P.)  
= 1 visiteur unique absolu

# Vue d'ensemble

## Le tableau de bord

- Définitions importantes

# Vue d'ensemble

## Le tableau de bord

- Définitions importantes

**Pages vues** : nombre de pages ouvertes par les visiteurs

# Vue d'ensemble

## Le tableau de bord

- Définitions importantes

**Pages vues** : nombre de pages ouvertes par les visiteurs

**Taux de rebond** : % de visiteurs qui sont entrés sur une page web et ont quitté le site immédiatement après

# Les 4 essentiels



# Les 4 essentiels

**Pages vues** : votre site intéresse, il a beaucoup de contenu ou... votre navigation est compliquée !



# Les 4 essentiels

**Pages vues** : votre site intéresse, il a beaucoup de contenu ou... votre navigation est compliquée !

**Taux de rebond** : inférieur à 30% = vous êtes en phase avec les requêtes des internautes ou... seuls ceux qui vous connaissent déjà viennent vous voir !  
Supérieur à 30% : signe de conquête ou de problème...



# Les 4 essentiels

**Visites** : votre capacité à attirer !

**Pages vues** : votre site intéresse, il a beaucoup de contenu ou... votre navigation est compliquée !

**Taux de rebond** : inférieur à 30% = vous êtes en phase avec les requêtes des internautes ou... seuls ceux qui vous connaissent déjà viennent vous voir !  
Supérieur à 30% : signe de conquête ou de problème...



# Les 4 essentiels

**Visiteurs uniques absolus** : le fondamental !!! C'est votre audience, vos prospects, vos clients. Votre légitimité...

**Visites** : votre capacité à attirer !

**Pages vues** : votre site intéresse, il a beaucoup de contenu ou... votre navigation est compliquée !

**Taux de rebond** : inférieur à 30% = vous êtes en phase avec les requêtes des internautes ou... seuls ceux qui vous connaissent déjà viennent vous voir !  
Supérieur à 30% : signe de conquête ou de problème...



# Le tableau de bord Analyse

- Analyse des courbes de tendance

Se servir des outils : calendrier et comparaisons

Interpréter les résultats : performance globale du site, anticipations, valorisation

Exemple : <http://lapierrestmartin.com>



# Analyse des visiteurs

- Objectif : marketing !



# Analyse des sources de trafic

- Où il est question de visibilité !

L'ensemble des sources de trafic a généré 405 531 visites au total.



**37,18 % Trafic direct**

Préc. : 41,58 % (-10,57 %)



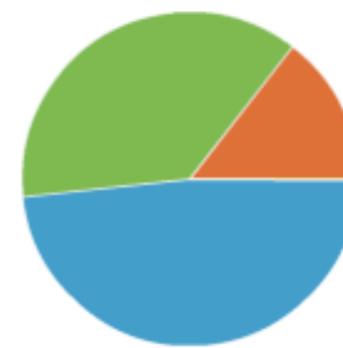
**14,53 % Sites de référence**

Préc. : 16,95 % (-14,27 %)



**48,29 % Moteurs de recherche**

Préc. : 41,48 % (+16,42 %)



**Moteurs de recherche**

195 824,00 (48,29 %)

**Accès directs**

150 779,00 (37,18 %)

**Sites référents**

58 920,00 (14,53 %)

**Autres**

8 (> 0,00 %)

Référencement, politique de liens, fidélisation, conquête...

# Analyse des sources de trafic

- A propos des mots clés et du référencement...



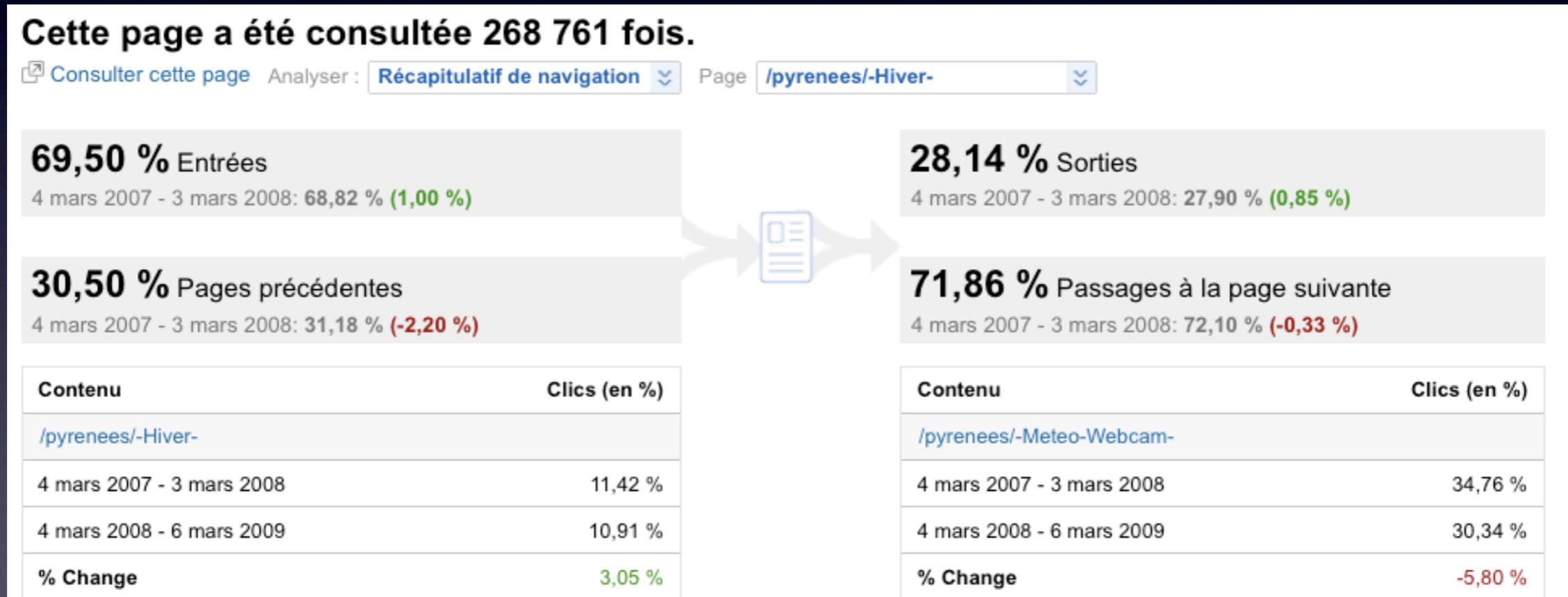
23 000 mots clés chaque année

**2/3 des visites via recherche générées par  
10 mots clés (Biscarrosse)**



# Analyse du contenu

- Ergonomie et intérêt du site !



Analyse de la navigation : entrées, sorties, clics, mots-clés...

# Communiquer sur ses stats



- Exportez les stats
- Créez des rapports personnalisés
- Et... n'oubliez pas de rappeler les définitions aux élus !

# Pour info...

- L'analyse comparative

Vous permet de vous comparer aux autres petits sites...



# Pour info...

- La segmentation avancée

Analyse segmentée  
des données



# Pour aller plus loin...

- Le blog de Google Analytics
- <http://analytics-fr.blogspot.com/>





Merci de votre attention !



Pierre Croizet

GMT Editions

6 rue Boudet

33 000 Bordeaux

**Tél. : 0950 300 902**

Mail : [contact@gmt-editions.fr](mailto:contact@gmt-editions.fr)

Web : <http://gmt-editions.fr>