

SESSION N°7

L'analyse web

Ne naviguez pas à vue !

Prenez le contrôle de vos actions web:

- Le meilleur outil (gratuit) du web: **Google Analytics**
- Plugin “Google Analytics for WordPress”
<https://wordpress.org/plugins/google-analytics-for-wordpress>

Les éléments à contrôler

Les éléments qui ont un impact sur vos revenus en ligne :

Revenus en ligne = TRAFIC x CONVERSION x ARPU

- **Trafic** > Volume suffisant et qualifié
- **Conversion** > Site optimisé (landing page)
- **ARPU** (Average Revenue Per User ou panier moyen d'achat)
> Up-sell, Cross-sell et un prix juste

Savez-vous donc pourquoi vous voulez plus de visites sur votre site ?

- Votre objectif est celui que vous avez donné à votre site : LA CONVERSION.
- Ne pas attirer de visites mais attirer les VISITES QUALIFIÉES, celles qui vont vous permettre de convertir ces visites en clients.
- Générer du trafic n'est pas une finalité en soi. La donnée brute du niveau de trafic n'a aucun sens.

Les objectifs sur Google Analytics

- **Fixez-vous des objectifs QUALITATIFS**

- Nombre de pages vues > 5

<https://www.google.com/analytics/web/template?uid=w0wDMRwLSQWDgjbX81bE5Q>

- Durée de visite > 4 min

<https://www.google.com/analytics/web/template?uid=uwv8h8Z0T42oAMNud7dyTg>

- **Fixez-vous des objectifs QUANTITATIFS**

- Inscription à la newsletter, envoi du formulaire de contact

Comment personnaliser votre tableau de bord sur Google Analytics

- Vous pouvez créer ou un tableau de bord vierge ou une réplique de votre tableau initial.
 - Vous pouvez insérer jusqu'à 6 types de widgets et 12 widgets dans un tableau.
- Ne vous inquiétez pas, nous avons fait le travail pour vous !

Une option utile: le partage des tableaux de bord

Loguez-vous sur votre compte et cliquez sur ces liens suivants:

- Tableau de bord « Vue générale »
 - <https://www.google.com/analytics/web/template?uid=ntuvnXxlQEuz1rHFNXpZWA>
- Tableau de bord “Sources de trafic”
 - <https://www.google.com/analytics/web/template?uid=J0ACTAh6Snqbp61zRajWQ>

Comment utiliser les segments avancés

Comment séparer l'utile du moins utile dans vos statistiques Google Analytics ?

- **Segmentez les visites globales de votre site**
 - visites sans rebond (vs les gens qui s'en vont tout de suite)
 - visites récurrentes (vs les gens qui ne viennent qu'une fois)
- **Définissez vos propres segments personnalisés**
Par exemple, «relation possible» avec 2 conditions :
visites récurrentes + min. 3 pages par session

Qu'est ce que le trafic direct ?

- Onglet « **Acquisition** » / « **Tout le trafic** » / source « **Direct** »
- Ceux qui entrent votre url directement sur leur navigateur.
- Ceux qui vous ont enregistré comme favori dans leur navigateur.
- Les applications de bureau (par ex: Tweetdesk)
 - > Ajoutez, comme seconde variable, la page de destination. Et si ce n'est pas la home, vous pouvez alors ajouter ce trafic à la source « réseaux sociaux ».
- Les liens qui sont échangés via les messageries (Outlook).

Éliminez votre adresse IP pour ne pas fausser vos statistiques

- Créez 2 vues de votre trafic
“Trafic normal” et “Trafic sans mon adresse IP”
- Créez un filtre
Allez dans l’onglet “Admin” en haut de la page, puis dans la vue
“Trafic – mon IP” puis “Filtres” puis ajoutez un “Filtre prédéfini”
 - Exclure - trafic venant des adresses IP - étant égale à
 - Connaitre votre adresse IP: <http://www.monip.org/>

Créez-vous une alerte en cas de pépin !

- Allez dans “Admin”, choisissez la vue puis “Alertes personnalisées”.
- Vous pouvez en créer une en cas de diminution brutale du trafic, de vos conversions, de votre CA...

Le danger de Google Analytics: Ne tombez pas dans l'excès !

- Ne devenez pas un obsessif de l'analyse web
Ceux qui entrent 3 fois par jour pour regarder leur trafic sur Google Analytics, en attendant un flot miraculeux de visites du jour au lendemain !
- Vous perdez juste beaucoup de temps. Et souvent votre motivation.