

Avant-propos

A. À propos de ce livre	7
B. À propos de l'auteur	7
C. Remerciements	8

Chapitre 1 : Découvrir l'analyse numérique

A. Introduction	11
B. Définition et principes de l'analyse numérique	11
C. Comprendre la mesure d'audience et ses étapes	12
D. Fonctionnement de l'analyse numérique	13
E. Panorama des outils d'analyse numérique	14
1. Yandex metrika, le Google Analytics user friendly	14
2. Matomoto, la solution sécurisée et open source	16
3. AT Internet, l'analyse numérique à la française	16
F. Analyse numérique et notions de RGPD	18

Chapitre 2 : L'analyse numérique au cœur du marketing digital

A. Introduction	21
B. Comprendre le marketing digital	21
1. L'acquisition	23
2. L'étude du comportement	24
3. Les conversions	25
4. La fidélisation	26
C. Redéfinir sa stratégie digitale à l'aide des données	27
1. Définir les objectifs et les indicateurs à suivre	27
2. Choisir les bons outils	28
3. Monitorer à l'aide d'un tableau de bord	29
4. Prendre de nouvelles décisions grâce aux données	30

Chapitre 3 : Prendre en main Google Analytics

A. Présentation de Google Analytics et de Google Marketing Platform	33
1. Comment fonctionne Google Analytics ?	34
a. Rappel de quelques notions de base	34
b. Schéma de Google Analytics sur votre site	34
c. Google Analytics et les cookies	35
2. Ouvrir un compte Google Analytics	35

3.	Installer Google Analytics sur son site	40
a.	Code de suivi Google Analytics	40
b.	Installation classique de Google Analytics	42
c.	Installer Google Analytics sur WordPress	43
d.	Vérifier l'installation de Google Analytics	46
B.	Comprendre la structure d'un compte Google Analytics	47
C.	Réglages de base	48
1.	Créer et paramétrer une propriété	53
2.	Tour d'horizon de l'administration	56
D.	Google Analytics et RGPD	58

Chapitre 4 : Découvrir les rapports Google Analytics

A.	Introduction	63
B.	Le rapport Temps réel	63
1.	Comprendre ce qu'est le rapport Temps réel	63
2.	Analyser les données de ses visiteurs en direct	64
C.	Découvrir le rapport d'audience	68
1.	Comprendre le rapport d'audience	68
2.	Exploiter le rapport d'audience	69
a.	Exploiter la vue d'ensemble	69
b.	Évaluer son audience	73
c.	Profiter des données démographiques	75
d.	S'adapter aux centres d'intérêt de ses visiteurs	78
e.	Connaître et exploiter la provenance de son trafic	79
f.	Mesurer la fidélité et la satisfaction de ses visiteurs	82
g.	Connaître les technologies utilisées par vos utilisateurs	84
D.	Découvrir le rapport d'acquisition	87
1.	Connaître les canaux d'acquisition	87
2.	Analyser la provenance de son trafic grâce à la vue d'ensemble	88
3.	Analyser son trafic organique (SEO)	90
4.	Analyser son trafic payant (SEA)	93
5.	Analyser son trafic Social Media (SMO)	96
6.	Analyser son trafic Direct	98
7.	Analyser le trafic provenant des liens externes	100
8.	Exploiter les Treemaps	101
9.	Analyser ses campagnes Google Ads sur Google Analytics	103
10.	Préparer et suivre la réussite de ses campagnes	107

E. Découvrir le rapport Comportement	110
1. Comprendre le rapport Comportement	110
2. Découvrir le comportement de ses visiteurs	111
3. Analyser le parcours de ses visiteurs	113
4. Trouver et connaître ses meilleurs pages et produits	117
5. Analyser la vitesse de son site Internet	120
6. Exploiter le moteur de recherche interne	131
a. Activer Site Search	131
b. Découvrir la vue d'ensemble de la fonction Site Search	135
F. Découvrir le rapport Conversions	138
1. Paramétrer un objectif de conversion	139
2. Suivre et analyser ses objectifs	141
3. Activer le suivi E-commerce	150
4. Explorer le rapport E-commerce	153

Chapitre 5 : Collaborer et trier efficacement vos données

A. Introduction	165
B. Gérer, collaborer et échanger grâce aux permissions	165
C. Découvrir la fonction tableau de bord	170
D. Créer un rapport personnalisé	178
E. Enregistrer et suivre un rapport	183
1. Exporter vos rapports	185
2. Partagez vos rapports avec vos collaborateurs	186
F. Créer des alertes personnalisées	187
G. Filtrer et segmenter ses données	192
1. Découvrir les filtres	192
2. Appliquer un filtre	193
3. Exemples de filtres	199
H. Segmenter ses données	199

Chapitre 6 : Visualiser ses résultats

A. C'est quoi la datavisualisation ?	219
B. Panorama des dispositifs sur Google Analytics	220
1. La page d'accueil	220
2. Les vues d'ensemble	222
3. Les pages dites « spécifiques »	227
4. Les comparaisons périodiques	231
5. Comparer ses données	232
6. Ajouter des annotations	235

C. Découvrir Google Data Studio	238
1. À propos des solutions pour présenter ses données.	238
2. Pourquoi utiliser Google Data Studio ?	238
3. Les limites de Google Data Studio	239
4. Comprendre le fonctionnement de Google Data Studio.	240
D. Prendre en main Google Data Studio	241
1. Débuter avec Google Data Studio	241
2. Créer votre premier rapport Data Studio.	243
3. Ajouter un graphique.	247
4. Ajouter des boutons interactifs.	264
5. Ajouter des liens, du texte, des formes et des images	273
a. Ajouter un extrait de votre site Internet	273
b. Ajouter un logo, une image à son rapport	274
c. Ajouter du texte.	276
d. Ajouter des traits, des flèches et des formes	277
6. Changer de thème et ajouter de nouvelles pages	279
7. Partager et collaborer autour de son rapport	281
8. Utiliser un thème	284
Lexique	289
Index	291