A. Introduction

Google Analytics est composé de plusieurs rapports. Ce sont des tableaux de bord en ligne présentant différents indicateurs que l'on peut traiter en y appliquant plusieurs fonctions comme le classement par date, par ordre croissant ou décroissant. On peut également les présenter sous forme de graphique ou encore les exporter.

63

Nous pouvons considérer les rapports comme des prismes que nous pouvons appliquer aux données. Avec Google Analytics, il sera possible d'additionner plusieurs prismes afin d'affiner son analyse.

B. Le rapport Temps réel

1. Comprendre ce qu'est le rapport Temps réel

Le rapport Temps réel est le premier rapport proposé par Google Analytics. Comme son nom l'indique, il va vous donner les données en temps réel que votre site diffuse.

Selon Google :

« Les rapports "Temps réel" vous permettent de surveiller les actions effectuées sur votre site ou dans votre application au moment où elles ont lieu. Ces rapports sont mis à jour en permanence. Chaque appel est signalé quelques secondes après avoir eu lieu. Par exemple, vous pouvez voir le nombre de personnes se trouvant sur votre site en temps réel, les événements ou les pages avec lesquels elles interagissent, et les conversions par objectif qui se sont produites. »

2. Analyser les données de ses visiteurs en direct

64

Connectez-vous sur la page d'accueil de Google Analytics puis cliquez sur Temps réel, puis
 Vue d'ensemble :

.1	Analytics 1 Maste	nptes > Google Merchandi er View -	se Store				A :: 0	: 쪩
۹	Rechercher dans les rapport	Page d'accueil G	oogle Analytics				4	INSIGHTS
n	Accuell	Utilisateurs	Chiffre d'affaires	Taux de conversion	Sessions		Utilisateurs actifs actuellement	
RAP	Personnalisation PORTS	13 k +15,8 %	2,6 k\$ +3,6 %	0,29 % 123,8 %	17 k		17	
0	Temps réel					4 k	Pages vues par minute	
L	Vue d'ensemble Zones géographiques Sources de trafic	\geq				3 k		.I
	Contenu Événements					2.k	Principales pages actives	Utilisateurs actifs
	Conversions					1k	/home	
• •	Audience	l					/store-policiesquestions/home	
· >•	Acquisition	16 1 déc.	18	19 20	21 2	2		
2	Attribution BETA	7 derniers jours 👻		AU	DIENCE (VUE D'ENSEMB	LE) >	RAPPORT "TEMPS	

Retrouvez dans la vue d'ensemble, une vision globale des données en direct sur votre site :

le d'ensemble			Créer un r	accourci BÊTA
	Pages vues			
Temps réel	Par minute	Par seconde		
16	15	1,5		
utilisateurs actifs sur le site	10	>		
ORDINATEUR TABLETTE 63% 33% 5%	5	0,5 -60 s -65 s	-30 s	-15 s
ringinguy citas ráfáronto :	Principales pages actives :			
rincipaux sites référents : Source Utilisateurs actifs ↓	Principales pages actives : Page active		Utilis	ateurs actifs ↓
rincipaux sites référents : Source Utilisateurs actifs ↓ 1. analytics.google.c 3 1	Principales pages actives : Page active 1. /home	4	Utilis 5	ateurs actifs ↓ 62,50%
rincipaux sites référents : Source Utilisateurs actifs ↓ 1. analytics.google.c 3 1	Principales pages actives : Page active 1. /home 2. /Google+Redesign/AccessoruTube+Small+Sticker+	(4) Sheet	Utilis 5 1	ateurs actifs ↓ 62,50% 12,50%
rincipaux sites référents : Source Utilisateurs actifs ↓ 1. analytics.google.c 3 1 rincipaux réseaux sociaux 5	Principales pages actives : Page active 1. /home 2. /Google+Redesign/AccessoruTube+Small+Sticker+ 3. /Google+Redesign/New	(4) Sheet	Utilis 5 1 1	ateurs actifs ↓ 62,50% 12,50% 12,50%

Vous pourrez analyser les éléments suivants :

1. Les utilisateurs actifs connectés en temps réel répartis par support de connexion (ici par exemple, nous avons 16 personnes en ligne sur l'ensemble de mes pages, parmi eux, 63 % sont connectés via mobile, 33 % via ordinateur et seulement 5 % sur tablette).

65

2. Les pages vues (ou pages actives) par minute et par seconde.

3. Les sites référents, c'est-à-dire ceux par lesquels les visiteurs se connectent sur mon site.

4. Le détail des pages actives (ici par exemple, nous avons 5 internautes sur la page /home, la page d'accueil).

5. Les principaux réseaux sociaux qui m'apportent du trafic.

Faites défiler la page pour retrouver une carte localisant vos visiteurs en temps réel :





Dans le volet de gauche, cliquez sur Zones géographiques pour avoir plus de détails sur la localisation de vos utilisateurs :

.ıl	Analytics 1 Master	es > Google Merchandise Store View -		A 11 @ i 🍞				
Q	Rechercher dans les rapport	Tampa	ráal	Pages vues				
		Temps	reel	Par minute Par seconde				
f	Accueil	0		(2)				
	Personnalisation	y	1	15 1,5				
· #-	Personnalisation	-						
RAPI	PORTS	utilisateurs actifs	sur le site	10				
- 0	Temps réel	GREECE MEXICO						
	Vue d'ensemble	33% 11% 11%	11% 11% 22%					
	Zones géographiques			28min 219min -16min -11min 4916n - 40.5 - 45.5 - 30.5 - 45.5				
	Sources de trafic	Total de la statistique : 9	٩					
	Contenu	Baue	Itiliesteure actife .					
	Événements	1 United States	9 92 99%					
	Conversions	a annu (3)	a aa,aa k					
		2. Cyprus	1 11,11%					
°2,	Attribution BETA	3. France	1 11,11%					
0	Découvrir	4. Greece	1 11,11%					
Ŷ	P.D. WALL	5. Mexico	1 11,11%	A NO AMARTINA ST.				
\$	Administration	6. South Korea	1 11,11%					
	<	7. Thailand	1 11,11%	ALARA I				

Vous y retrouverez :

1. Le nombre de visiteurs en temps réel répartis par pays (par exemple, ici nous voyons que parmi ces 9 visiteurs, 33 % viennent des USA et 11 % de France).

2. Le nombre de pages vues par minute et par semaine.

3. La répartition des visiteurs par pays.

4. Une carte mettant en avant les connexions en temps réel, par localisation.

Savoir de quels pays proviennent vos visiteurs c'est utile, cependant, il est aussi intéressant de savoir depuis quelle source de connexion ils se connectent. Par exemple, est-ce qu'ils viennent des moteurs de recherche ou des réseaux sociaux ?

- Tous les comptes > Google Merchandise Store Analytics 1 Master View -. :: 0 ÷ Rechercher dans les rapport Q Créer un raccourci 🕬 🖘 Sources de trafic mots clés Accueil Pages vues Temps réel Par minute Par seconde Personnalisation RAPPORTS - 🕓 Temps réel utilisateurs actifs sur le site Vue d'ensemble Zones ACCÈS DIRECTS RÉSULTATS NATURELS géographiques Sources de trafi Contenu Affectance : DBBs Événements Total de la statistique : 13 Q, Conversions (2) Support Source Utilisateurs actifs 🛛 🤟 2. Attribution 1. (none) (direct) 8 61,54% 2. Résultats naturels 5 38,46% acoal Q Découvrir **±** Administration
- Cliquez sur Sources de trafic dans le rapport Vue d'ensemble :

Vous retrouverez :

1. Votre trafic en temps réel, classé par source de trafic (ici par exemple 38 % du trafic provient des résultats naturels, c'est-à-dire des moteurs de recherche.

2. Un tableau présentant les supports (source de trafic) et les sources (sites concernés) par nombre d'utilisateurs.

Une fois que vous connaissez les sources de trafic en temps réel, il est intéressant de connaître les pages les plus visitées.

➤ Cliquez sur Contenu.

Google Analytics - Analysez votre trafic pour booster vos actions marketing

.ıl	Analytics 1 Maste	ptes > Google Merchandise Store tr View ▼			A ::	0	: 🌖
٩	Rechercher dans les rapport	Contenu 3 pages actives			Créer un	raccourci	ИСТА 🖘
. 11	Personnalisation	Temps réel	Pages vues Par minute	Par seconde			
RAPP	Temps réel	15	15	1,5			
	Vue d'ensemble Zones géographiques Sources de trafic	utilisateurs actifs sur le site ORDINATEUR MOBILE TABLETTE SON 12N 79	5	> 1 0.5			
	Contenu Événements	Affichage : Utilisateurs actifs Pages vues (30 demières minute	-207min21 min 5)	-10 min 111 min -0 min -00 s	-45 s -30 s	-1	1
	Conversions	Total de la statistique : 7					Q,
	Audlanan	Page active		Titre de la page	U	Itilisateurs	actifs 🕂
°2,	Attribution BETA	1. /home		Google Online Store	4	57,14%	
0	Découvrir	2. /Google+Redesign/Apparel/Mens/Mens+T+Shirts	1	Men's T-Shirts Apparel Google Merchandise Store	1	14,29%	
÷.	P U U U U U U U U U U U U U U U U U U U	3. /Google+Redesign/Apparel/+Twill+Cap+Sandw	ch+Black	YouTube Twill Sandwich Cap Black	1	14,29%	
-	Administration						

Vous retrouverez l'ensemble des pages actives (c'est-à-dire les pages qui reçoivent au moins une connexion) par nombre de visiteurs.

Le rapport **Temps réel** est très utile puisqu'il permet d'avoir une vision de son audience en direct. Lors d'un événement e-commerce comme par exemple le « Black Friday » ou les soldes, les e-commerçants vont utiliser ce rapport puisqu'il permet à chaud de voir la provenance et le comportement des visiteurs en direct.

Ce rapport est également très utile pour vérifier le bon fonctionnement de Google Analytics sur ses pages.

C. Découvrir le rapport d'audience

1. Comprendre le rapport d'audience

Le rapport d'audience est le second rapport proposé par Google Analytics. C'est dans ce rapport que vous retrouvez tous les aspects quantitatifs et qualitatifs liés à votre audience.

À travers ce rapport, vous pouvez répondre à des questions nécessaires, du type :

- Combien ai-je de visites en janvier ?
- Quels sont les meilleurs jours/semaines/mois en termes d'audience ?
- Quel est le temps moyen passé sur mon site ? Qu'en est-il du taux de rebond ?
- Quelle est la localisation de mes visiteurs ? Sont-ils des hommes ou des femmes ?
- Quel est l'âge moyen des visiteurs ?
- Quels sont leurs centres d'intérêt ?

À l'aide de ces données, vous pouvez mieux connaître votre audience, que ce soit en termes de nombre, de fréquence de visites, d'évolution, mais aussi en termes de comportement. Vous pouvez aussi profiter des données démographiques et géographiques afin de mieux connaître les visiteurs qui se connectent sur votre site.

66

2. Exploiter le rapport d'audience

Nous allons parcourir dans la suite de cette section les différents menus du rapport d'audience.

Le rapport **Audience**, comme l'ensemble des rapports présents sur Google Analytics, est composé de plusieurs éléments.

On retrouve tout d'abord la vue d'ensemble. Il s'agit d'une vue globale de son audience, synthèse des indicateurs les plus pertinents en matière de suivi de trafic. On y trouve le nombre de visiteurs, la possibilité de régler une plage calendaire pour pouvoir se concentrer sur une période précise, la part d'ancien et de nouveaux visiteurs ou encore d'autres indicateurs comme le temps moyen passé sur la page ou le nombre de pages vues.

On retrouve également la possibilité d'analyser son audience en matière de provenance géographique, de critères démographiques, ou encore de centres d'intérêt. De quoi mieux comprendre son audience afin de mieux s'adresser à elle.

Aussi, les sous-rapports d'audience permettent de connaître tous les éléments techniques relatifs à la connexion de vos visiteurs : terminal mobile, type de réseau (3G, Wi-Fi), résolution de l'écran...

Enfin, vous pouvez analyser l'engagement et le comportement des visiteurs durant leur connexion sur vos pages et sur vos sites.

a. Exploiter la vue d'ensemble

La vue d'ensemble est une partie hautement stratégique puisqu'elle permet de piloter au quotidien les performances de son site internet. Tel le tableau de bord d'une voiture, elle nécessite une surveillance de près et vous permettra de rester à l'affût de la fréquentation des visiteurs sur vos pages. Cliquez à gauche de la fenêtre sur Audience puis sur Vue d'ensemble.

Analytics 1 Maste	nptes > Google Merchandise Store ar View -		A 11 @ E 😩
Q Rechercher dans les rapport	Présentation de l'audience	ENREGISTRER 🕹	exporter < partager 🦓 insights
Personnalisation RAPPORTS	Tous les utilisateurs	+ Ajouter un segment	7 janv. 2020 - 13 janv. 2020 👻
C Temps réel	Vue d'ensemble		
- 🛓 Audience	Utilisateurs 👻 par rapport à Sélectionner une statistique		Toutes les heures Jour Semaine Mois
Vue d'ensemble	 Utilisateurs 		
Utilisateurs actifs	3000		
Valeur du client	2000		
Analyse des cohortes BETA	1000		
Types d'audience			
Données démographiques	8 janv. 9 janv.	10 janv. 11 janv.	12 janv. 13 janv.

Dans l'ensemble des rapports Google Analytics, vous retrouverez les fonctions ci-dessous :

Présentation de l'audience 🔊 1	🖬 ENREGISTRER 🗄 EXPORTER << PARTAGER 🛛 🍕 INSIGHTS
	7 janv. 2020 - 13 janv. 2020 -
100,00 %, Utilisateurs	5

1. Le « bouclier vert » indique que ce rapport est basé sur 100 % des sessions. Il arrive parfois que Google Analytics, vous propose des résultats sur un nombre de sessions réduits ce qui peut remettre en cause certains rapports.

2. L'ajout de segment : un segment est une variable de données. Si par exemple vous souhaitez ajouter le segment « femme » sur ce jeu de données, c'est ici qu'il faudra cliquer.

3. Les boutons d'enregistrement, d'exportation (en Excel ou en PDF) et de partage.

4. Les « insights », il s'agit de conseils gratuits de Google.

5. Le module de changement de plages calendaires pour affiner votre recherche.

Maintenant que nous avons vu ces précieuses bases, explorons pleinement le sous-rapport **Vue** d'ensemble.

Cliquez sur la date et choisissez un intervalle de temps.