



Web analyse : Prendre en main **Google Analytics**

Livre blanc

2019

www.maison-graciet.fr



Qu'est-ce que la web analyse ?

La **web analyse** consiste à **collecter** puis à **visualiser les données qualitatives et quantitatives de votre site**. La visualisation de ces données est essentielle afin de les interpréter facilement, quel que soit son niveau.

Il est indispensable d'analyser régulièrement les habitudes de comportement des internautes sur votre site pour **améliorer les performances de vos actions webmarketing**.

Plusieurs outils de web analyse sont disponibles sur le marché comme Google Analytics ou Matomo.



Google Analytics





Conformité RGPD et web analyse

Le **Règlement Général sur la Protection des Données** renforce désormais le droit des personnes et a pour but de responsabiliser les acteurs qui collectent et traitent des données.

À partir du moment où l'on traite des données personnelles, que ce soit l'adresse IP, des informations de contact, **ou toute autre donnée permettant d'identifier directement ou indirectement la personne**, il est nécessaire se de plier au RGPD pour être en accord avec la loi.

En fonction de votre site web, de ses services et applications, plusieurs méthodes peuvent être mise en place, comme par exemple :

- Installation d'une extension permettant à l'utilisateur **d'accepter, de gérer ou de refuser totalement les cookies** ;
- Ajout d'une **page politique de confidentialité** accessible depuis la page d'accueil ;
- Mise en conformité des formulaires de contact et d'inscriptions aux newsletter en précisant la finalité des données collectées et ajout d'une cache à cocher pour obtenir le consentement de l'utilisateur.



Qu'est-ce que Google Analytics ?

Comme son nom l'indique, Google Analytics est un service d'analyse d'audience de site web détenu par le géant Google.

C'est l'**outil de web analyse** le plus utilisé au monde (plus de 80% de marché). Il présente l'avantage d'être **ultra complet** dans sa version gratuite.

Pour utiliser l'outil sur votre site, il faut installer le code de suivi sur toutes les pages de votre site web. Ce bout de code envoie un cookie sur le navigateur des visiteurs et permet à Google de connaître leur provenance, leur comportement sur votre site et de savoir quand ils reviennent sur votre site.

Facile d'utilisation, Google Analytics est l'outil idéal pour vous familiariser avec la web analyse.

Conseil : n'hésitez pas à suivre ce livre blanc en utilisant Google Analytics à côté. C'est la meilleure façon d'apprendre à se servir de l'outil.



Installer Google Analytics



Accéder à Google Analytics

Connectez vous avec votre compte Google à l'adresse suivante ou créez un compte Google :

<https://analytics.google.com/analytics/>

The screenshot shows the Google Analytics login interface. At the top left is the Google logo. Below it, the heading "Connexion" is followed by "Accéder à Google Analytics". There is a text input field labeled "Adresse e-mail ou numéro de téléphone". Below the input field is a link "Adresse e-mail oubliée ?". At the bottom left is a link "Plus d'options", and at the bottom right is a blue button labeled "SUIVANT". At the very bottom of the page, there is a footer with "Français (France)" and a dropdown arrow, followed by links for "Aide", "Confidentialité", and "Conditions d'utilisation".



Créer un compte Google Analytics

Lorsque vous vous êtes connecté à l'interface, cliquez sur **Administration** pour accéder à la **gestion des comptes**.

The screenshot shows the Google Analytics dashboard for 'Graciet & Co'. The left sidebar contains a search bar and a menu with the following items: Accueil, Personnalisation, RAPPORTS (Temps réel, Audience, Acquisition, Comportement, Conversions), Découvrir, and Administration. A green arrow points to the 'Administration' item. The main content area displays a line chart for 'AUDIENCE (VUE D'ENSEMBLE)' for the last 7 days (May 02 to 08). Below this is a bar chart titled 'Comment attirez-vous de nouveaux utilisateurs ?' with columns for 'Canal de trafic', 'Source/Support', and 'Sites référents'. To the right, a card titled 'Plus d'utilisateurs sont revenus sur votre site en avril.' shows a bar chart comparing the percentage of returning users in March and April.



Créer un compte Google Analytics

À chaque compte sont associées une ou plusieurs propriétés, et à chacune de ces propriétés sont associées une ou plusieurs vues. Cliquez sur **Créer un compte** pour une première configuration.

The screenshot displays the Google Analytics Admin interface for a user named 'GRACIET ERIL'. The interface is divided into three main sections: 'Compte', 'Propriété', and 'Vue'. Each section has a '+ Créer' button. Three green arrows point to these buttons: one to '+ Créer un compte' in the 'Compte' section, one to '+ Créer une propriété' in the 'Propriété' section, and one to '+ Créer une vue' in the 'Vue' section. The 'Compte' section includes options for account parameters, user management, filters, modification history, and a trash can. The 'Propriété' section includes property parameters, user management, tracking information, product associations (Google Ads, AdSense, Ad Exchange), postbacks, audience definitions, and data importation. The 'Vue' section includes view parameters, user management, objectives, content grouping, filters, channel parameters, calculated statistics, segments, annotations, attribution models, and personalized alerts.

© 2019 Google | Accueil Google Analytics | Conditions d'utilisation | Règles de confidentialité | Envoyer un commentaire



Créer un compte Google Analytics

Cliquez sur **Nouveau compte** et rentrez les informations demandées : le nom de votre compte ainsi que la première propriété (site web) associée. Vous pouvez ensuite demander un ID.

ADMIN UTILISATEUR

Nouveau compte

De quels éléments souhaitez-vous effectuer le suivi ?

Site Web Application mobile

Configuration de votre compte

Nom du compte
Les comptes peuvent contenir plus d'un ID de suivi.

Configuration de votre propriété

Nom du site Web

URL du site Web

https://

Veillez saisir une valeur.

Catégorie sectorielle

Sélectionnez un élément ▾

Fuseau horaire utilisé dans les rapports

France ▾ (GMT+02:00) heure : France

Paramètres de partage des données ⓘ

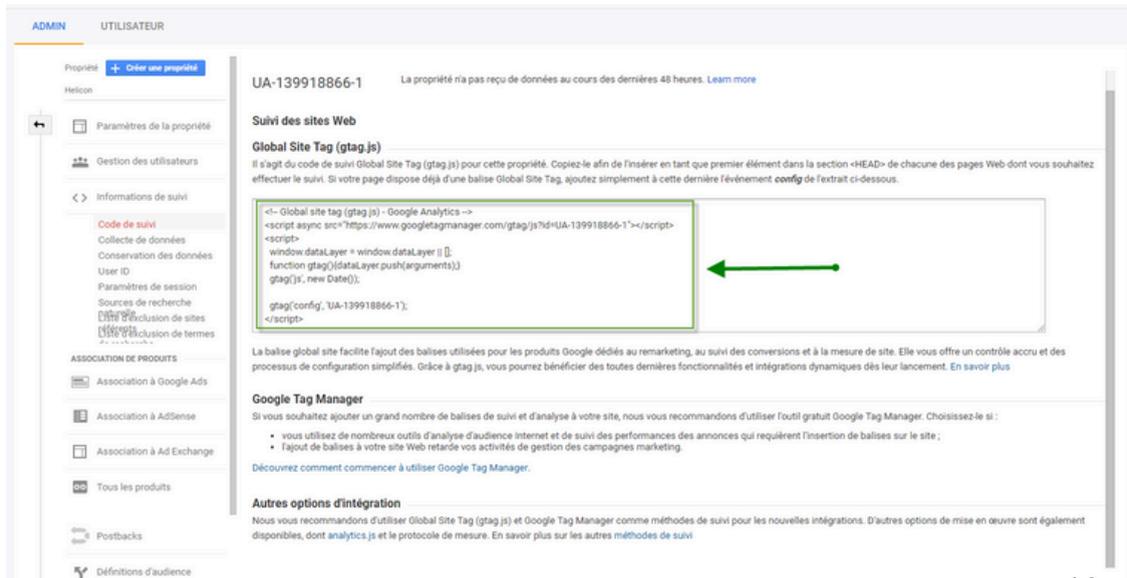
Les données que vous recueillez, traitez et stockez à l'aide de Google Analytics ("Données Google Analytics") sont sécurisées et restent confidentielles. Elles peuvent servir aussi bien à assurer la maintenance et la protection du service Google Analytics qu'à effectuer des opérations critiques au niveau du système. À de rares exceptions, elles peuvent également être utilisées à des fins légales, conformément à nos [Règles de confidentialité](#).

Les options de partage des données vous permettent de mieux contrôler le partage de vos données Google Analytics. [En savoir plus](#)

© 2014 Google Inc. Tous droits réservés.

Configurer Google Analytics sur son site

Google vous fournit un **Global Site Tag** qu'il vous faut ajouter dans la section <head> de toutes les pages de votre site web.



ADMIN UTILISATEUR

Propriété [+ Créer une propriété](#)

UA-139918866-1 La propriété n'a pas reçu de données au cours des dernières 48 heures. [Learn more](#)

Helicon

Paramètres de la propriété

Gestion des utilisateurs

Informations de suivi

Code de suivi

Collecte de données

Conservation des données

User ID

Paramètres de session

Sources de recherche

Exclusion de sites

Exclusion de termes

ASSOCIATION DE PRODUITS

Association à Google Ads

Association à AdSense

Association à Ad Exchange

Tous les produits

Postbacks

Définitions d'audience

Suivi des sites Web

Global Site Tag (gtag.js)

Il s'agit du code de suivi Global Site Tag (gtag.js) pour cette propriété. Copiez-le afin de l'insérer en tant que premier élément dans la section <HEAD> de chacune des pages Web dont vous souhaitez effectuer le suivi. Si votre page dispose déjà d'une balise Global Site Tag, ajoutez simplement à cette dernière l'événement **config** de l'extrait ci-dessous.

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=UA-139918866-1"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments)}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', 'UA-139918866-1');
</script>
```

La balise global site facilite l'ajout des balises utilisées pour les produits Google dédiés au remarketing, au suivi des conversions et à la mesure de site. Elle vous offre un contrôle accru et des processus de configuration simplifiés. Grâce à gtag.js, vous pourrez bénéficier de toutes dernières fonctionnalités et intégrations dynamiques dès leur lancement. [En savoir plus](#)

Google Tag Manager

Si vous souhaitez ajouter un grand nombre de balises de suivi et d'analyse à votre site, nous vous recommandons d'utiliser l'outil gratuit Google Tag Manager. Choisissez-le si :

- vous utilisez de nombreux outils d'analyse d'audience internet et de suivi des performances des annonces qui requièrent l'insertion de balises sur le site ;
- l'ajout de balises à votre site Web retarde vos activités de gestion des campagnes marketing.

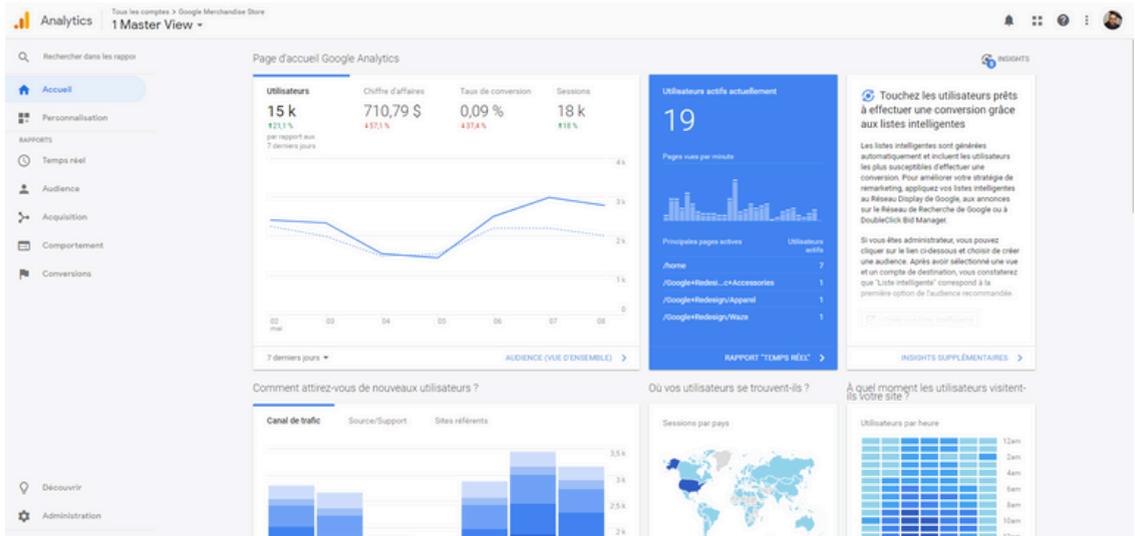
[Découvrez comment commencer à utiliser Google Tag Manager.](#)

Autres options d'intégration

Nous vous recommandons d'utiliser Global Site Tag (gtag.js) et Google Tag Manager comme méthodes de suivi pour les nouvelles intégrations. D'autres options de mise en œuvre sont également disponibles, dont analytics.js et le protocole de mesure. En savoir plus sur les autres méthodes de suivi

Visualiser les données de votre site

Attendez quelques jours, les premières données collectées sur le site devraient commencer à remonter dans Analytics.

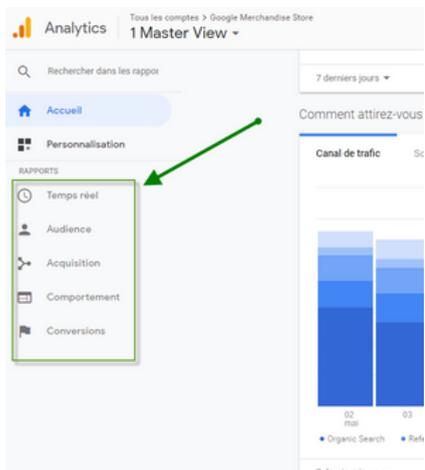




Les KPI à suivre en SEO

Les indicateurs clés de performance

Après avoir défini vos objectifs, il est important de connaître **les principaux indicateurs clés de performance (KPI) de Google Analytics** pour suivre l'évolution de ces objectifs. Mais avant de détailler les KPI fournis par Analytics, nous allons en donner une définition :
« *Un indicateur clé de performance (ou KPI) est une donnée prédéfinie permettant de mesurer et de suivre la performance de votre site.* »



Vous choisissez les KPI à suivre en fonction de vos objectifs (trafic, notoriété, conversion...).

Ils sont accessibles par catégorie sur la gauche de votre écran lorsque vous êtes sur votre compte Analytics.



KPI n°1 : l'évolution de trafic ou l'audience

Pour que cet indicateur soit pertinent, il doit présenter une tendance plutôt qu'un chiffre brut : c'est pourquoi on parle d'évolution de trafic et non de trafic.

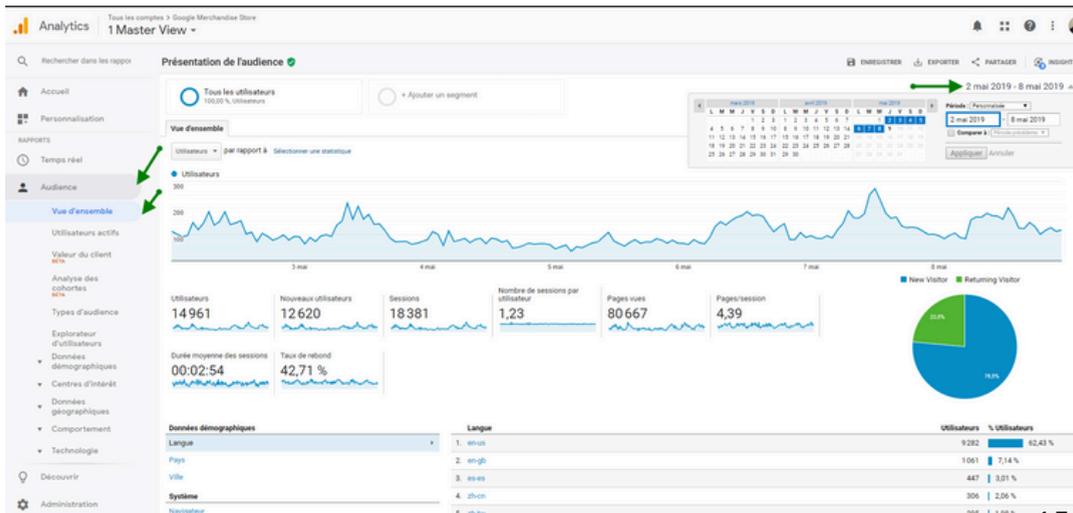
2 solutions s'offrent à vous pour **suivre l'évolution du trafic** :

- Suivre le nombre d'utilisateurs sur une **période longue** pour dégager une tendance (trimestre, semestre...);
- **Comparer le nombre d'utilisateurs** entre 2 périodes (année 2/année 1, mois 2/mois 1...).

Un **utilisateur** est un internaute ayant exécuté au moins 1 session au cours de la période sélectionnée.

KPI n°1 : l'évolution de trafic ou l'audience

Comment suivre l'**évolution de trafic** sur Google Analytics ? □ Audience => Vue d'ensemble ; □ Puis sélectionner dans le calendrier la période que vous souhaitez analyser et/ou comparer.





KPI n°2 : les sources de trafic

Analyser les différents canaux d'acquisition de trafic de votre site vous permet de comprendre d'où viennent vos visiteurs.

La partie Acquisition de Google Analytics vous permet donc de mesurer l'efficacité de vos actions webmarketing.

À quoi correspondent les différents canaux d'acquisition présentés ?

Organic Search : trafic provenant des moteurs de recherche ;

Direct : trafic issu des internautes qui tapent directement l'URL de votre site ou qui épinglent votre site en favori ;

Referral : trafic provenant des sites référents qui font un lien vers votre site ;

Paid search : trafic issu du référencement payant (AdWords...);

Social : trafic issu des réseaux sociaux ;

Email : trafic provenant de vos campagnes d'emailing ;

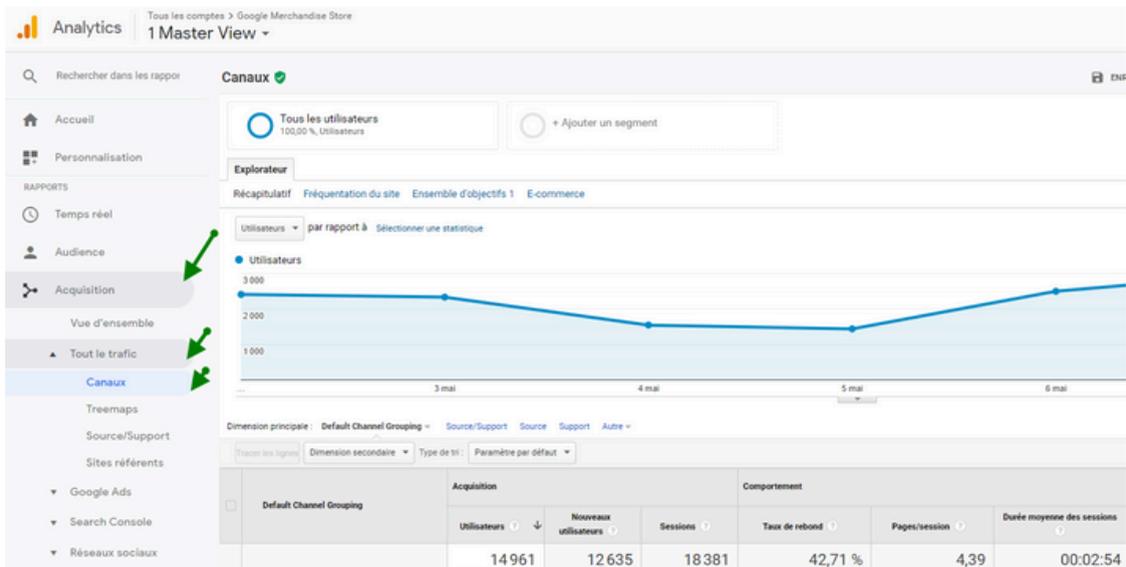
Display : trafic provenant de publicités faites sur d'autres sites (bannières de pubs, images...).



KPI n°2 : les sources de trafic

Comment suivre les **sources de trafic** sur Google Analytics ?

□ Acquisition => Tout le trafic => Canaux





KPI n°3 : les conversions par source de trafic

Analyser les conversions par source de trafic de votre site vous permet d'évaluer le retour sur investissement de vos différentes actions webmarketing.

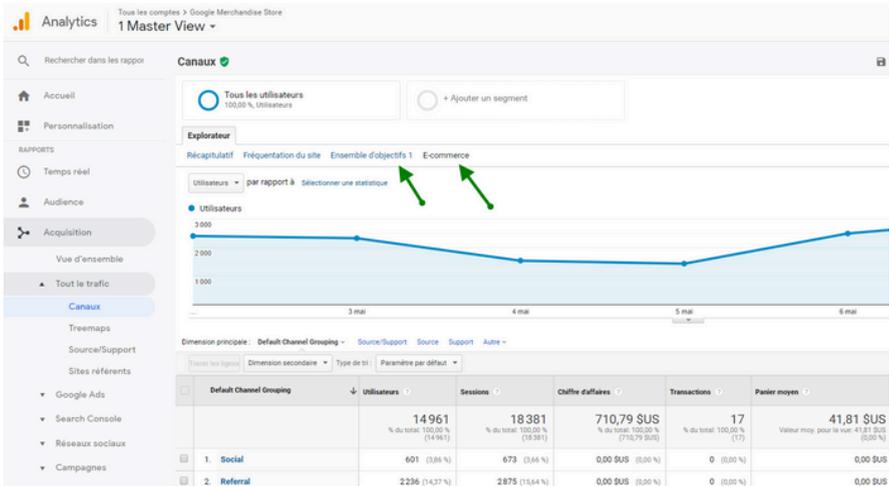
Grâce à cet indicateur, vous pouvez aisément planifier vos prochaines actions webmarketing en ciblant les leviers d'acquisition les plus rentables pour votre entreprise.

KPI n°3 : les conversions par source de trafic

Comment suivre les **conversions / objectifs / chiffre d'affaires par canal d'acquisition** sur Google Analytics ?

□ Acquisition => Tout le trafic => Canaux.

□ Dans l'onglet explorateur (au-dessus du graphique), cliquez sur **e-commerce** ou sur **ensemble d'objectifs**.





KPI n°4 : le taux de rebond

Le **taux de rebond** correspond au pourcentage de visiteurs qui n'ont **parcouru qu'une seule page** sur votre site. Il permet **d'analyser le comportement des visiteurs** dès leur arrivée sur votre site.

Un taux de rebond élevé peut signifier plusieurs choses :

- L'internaute tombe directement sur la **page répondant exactement à sa requête** puis quitte votre site. (Expérience positive) ;
- L'internaute arrive sur une **page qui ne répond pas à sa requête** et quitte votre site, déçu. (Expérience négative) ;
- La **navigation sur votre site n'est pas intuitive** et demande à l'internaute un « effort » pour parcourir votre site, il quitte donc votre site, déçu. (Expérience négative).

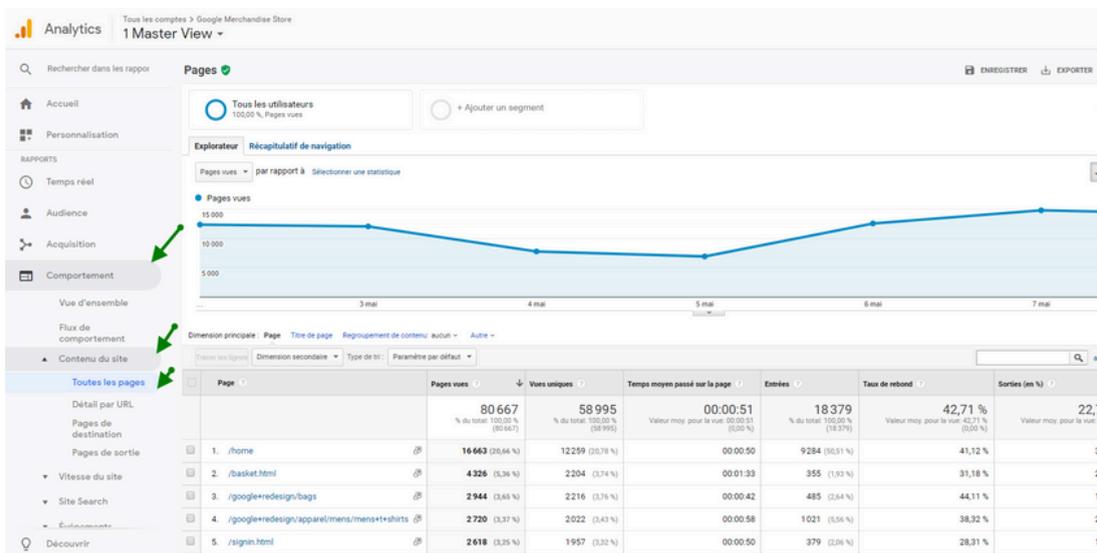
En comparant le taux de rebond avec la durée moyenne des sessions par page, on peut ainsi mesurer la qualité de l'expérience vécue par un utilisateur.



KPI n°4 : le taux de rebond

Comment suivre le **taux de rebond** et la **durée des sessions par page** sur Google Analytics ?

↳ Comportement => Contenu du site => Toutes les pages





Conclusion



Prise en main de Google Analytics : conclusion

Il existe de très nombreux KPI à suivre pour développer votre entreprise. N'hésitez pas à approfondir le sujet pour compléter vos connaissances. Ici, nous avons seulement vu les **indicateurs indispensables en SEO** pour suivre l'efficacité de notre prestation en référencement naturel.

Les données d'un site web s'analysent régulièrement afin d'observer des tendances générales et de suivre les évolutions des différents indicateurs. Il convient d'utiliser chacun de ces indicateurs pour **améliorer continuellement les performances de votre site** et de vos actions webmarketing.

Ne l'oubliez pas, un site web n'est jamais fini ! Vous devez vous adapter sans cesse aux besoins de vos clients et aux habitudes de comportement des internautes. Pour ce faire, un outil de web analyse est indispensable.

Au travail ! ;)

**Besoin d'aide ?
Faites appel à nos services**



A modern interior wall with a central white sign, surrounded by decorative elements like mirrors, shelves, and plants. The wall is light-colored and features several circular mirrors of different sizes, some with gold frames, and some with white frames. There are also several shelves, some with gold frames and some with white frames, holding various plants and decorative objects. The floor is made of light-colored wooden planks. The overall aesthetic is clean, bright, and contemporary.

09 72 47 02 72

15 Avenue René
Cassin 86360
Chasseneuil-du-
Poitou
contact@graciet.info