

Laboratoire NT2

Formation GOOGLE ANALYTICS

Sylvain Aubé

sylvain@labo-nt2.org

Robin Varenas

robin@labo-nt2.org

Présentation

Google Analytics est un service gratuit d'analyse d'audience d'un site Web proposé par Google à la suite de son rachat en mars 2005 de la société Urchin Software Corporation.

Avec environ 85 % du marché mondial, Google Analytics est le service d'analyse de visites de sites internet le plus utilisé au monde.

Ce plugin est mis à disposition gratuitement pour des sites au trafic inférieur à dix millions de pages vues par mois et par compte. Cependant si Google Analytics est associé à un compte AdWords actif alors il n'y a plus de limitation de trafic.

<http://www.google.com/analytics/>

Autres alternatives les plus communément utilisées:

- **Piwik** (<http://piwik.org/>): un logiciel libre et open source de mesure de statistiques web, conçu pour être une alternative libre à Google Analytics. Le logiciel doit être installé directement sur son serveur PHP/MySQL. Un bout de code JavaScript, inséré à la fin de chaque page web, permet l'analyse de l'audience d'un ou plusieurs sites web. Les statistiques peuvent être soit consultées en temps réel depuis le navigateur, soit envoyées par mail sous forme de rapports pdf ou html.
- **CrawlTrack** (<http://www.crawltrack.fr/>): un logiciel libre et gratuit de statistique d'audience d'un site Web. Le logiciel s'installe sur son propre serveur. Plusieurs sites peuvent être audités à partir d'une seule installation de CrawlTrack. Le tag utilisé est en php et ne laisse aucune trace visible dans le code source. Le logiciel est disponible en français, anglais, espagnol, allemand, néerlandais et turc.

Procédure d'inscription

⇒ Créer un compte Google Analytics:

- Utilisation de son compte Gmail
- Création d'un compte Google à l'aide d'une autre adresse courriel puis association du compte Google à Google Analytics (<http://www.lesnumeriques.com/tutoriel-utiliser-services-google-sans-adresse-gmail-a1855.html>)

⇒ Sélectionner une méthode de suivi:

- Universal Analytics
- Classic Analytics

⇒ Configurer le compte:

- Donner un nom au compte
- Renseigner le nom du site web
- Renseigner l'URL du site web
- Préciser le domaine d'activité du site web
- Renseigner le fuseau horaire

⇒ Configurer le partage des données avec Google Analytics et obtenir un ID de suivi

⇒ Accepter les conditions d'utilisation

Intégration de Google Analytics au sein de son site web

⇒ Intégrer Google Analytics directement dans le code source de son site:

1. Cliquez sur **Admin** dans la barre de menu en haut de la page. Dans les colonnes Compte et Propriété, sélectionnez la propriété avec laquelle vous travaillez. Cliquez sur **Informations de suivi/Code de suivi**.
Tout ce qui se trouve dans ce champ correspond à votre extrait de code de suivi. Le code commence par `<script>` et se termine par `</script>`.
2. Le code de suivi contient un ID unique qui correspond à chaque propriété Google Analytics. (Ne mélangez pas des extraits de code de suivi de différentes propriétés et ne réutilisez pas ces derniers sur plusieurs domaines).
3. Copiez l'extrait.
4. Collez l'extrait (dans son intégralité, sans le modifier) sur chaque page Web dont vous souhaitez effectuer le suivi. Collez-le juste avant la balise de fermeture `</head>` .
5. Vérifiez la configuration. <https://support.google.com/analytics/answer/1008083> - <https://support.google.com/analytics/answer/1142414?hl=fr>

Intégration de Google Analytics au sein de son site web

⇒ Intégrer Google Analytics via un module dans un CMS (Content Management System) (ex: Drupal):

- 1- Création d'un compte google analytics
- 2 - Installation du module Drupal Google Analytics
- 3 - Récupération et intégration de l'identifiant Web Property
- 4 - Configuration du module

Découverte de l'interface

5- Section Acquisitions

Les rapports "Acquisition" vous fournissent un aperçu du cycle "Acquisition - Comportement - Conversion" relatif à vos visiteurs : ils vous montrent comment vous attirez les internautes, le comportement de ces derniers sur votre site et les schémas de conversion.

Ils couvrent les éléments suivants :

- Acquisitions par canal, campagne, mot clé et source/support
- Comportement sur le site en fonction du nombre de pages par visite, de la durée de la visite et des pages vues
- Schémas de conversion en fonction des transactions, des revenus, du taux de conversion du commerce électronique, des objectifs réalisés, de la valeur des objectifs et du taux de conversion par objectif
- C'est dans cette section que l'on peut trouver la liste des sites référents, ainsi que la liste des mots-clés utilisés pour trouver le site.

Découverte de l'interface

1- Section Tableau de bord

2- Section Événements d'alertes

Google Analytics surveille le trafic sur votre site Web afin de détecter toute variation significative et génère automatiquement des alertes ou des événements d'alertes lorsque ces variations se produisent. L'étude plus poussée de ces anomalies peut fournir des informations.

ex: un pic dans le trafic en provenance d'une ville ou d'un site référent en particulier.

3- Section Temps réel

Le rapport "Temps réel" vous permet de surveiller l'activité des visiteurs au moment même où elle se produit sur votre site ou dans votre application.

Ces rapports permettent par exemple:

- Déterminer si les visiteurs consultent un contenu que vous venez de créer ou de modifier sur votre site.
- Observer si une promotion sur une journée génère du trafic vers votre site ou votre application, et identifier les pages consultées par ces visiteurs.
- Constater les effets immédiats, sur le trafic, d'un tweet ou d'un message publié sur un blog ou un réseau social
- Surveiller les objectifs réalisés lorsque vous testez des modifications apportées à votre site

Découverte de l'interface

4- Section Audience

Les rapports "Type d'audience" ont pour objectif de fournir les informations suivantes :

- La composition de votre audience (données démographiques, centres d'intérêt, origine géographique, langue et variables personnalisées)
 - Les moyens utilisés par votre audience pour accéder à votre site et le consulter (technologie utilisée, appareil mobile utilisé ou non)
 - La fidélité de votre audience, son intérêt pour votre site et son niveau d'interaction avec celui-ci (autrement dit, le comportement de votre audience)
-
- Données démographiques
 - Centres d'intérêt
 - Zones géographiques
 - Comportement
 - Technologie
 - Mobile

Découverte de l'interface

6- Section Comportement

La section Comportement contient des rapports conçus pour vous aider à améliorer le contenu de votre site afin de répondre aux besoins et aux attentes des visiteurs.

7- Section Conversions

Par "conversion", on entend la réalisation, sur votre site, d'une activité qui compte pour la réussite de votre entreprise. Il peut s'agir, par exemple, d'une inscription à une newsletter ou d'un téléchargement.

Par exemple :

- Une inscription à une newsletter (conversion par objectif)
- Un achat (une transaction, parfois appelée conversion de commerce électronique)

Documentation / Tutoriel

<https://support.google.com/analytics/answer/1008015>

<https://support.google.com/analytics/answer/4556791>

<https://www.youtube.com/user/googleanalytics>