



Google Analytics

Ce document est publié sous [licence Creative Commons CC-BY-NC-ND 2.0](#). Il ne peut ni être modifié, ni faire l'objet d'une exploitation commerciale par un centre de formation, une collectivité territoriale, une association ou une entreprise sans l'autorisation expresse de son auteur.

Table des matières

I. Présentation	2
II. Paramétrage d'un site	3
A. Création d'un compte	3
B. Les paramètres du profil	5
C. Création des utilisateurs	6
D. Insertion d'un script Google Analytics	7
1. Le code de suivi	7
2. Exemple d'insertion dans WordPress	8
3. Plugins WordPress	8
4. Insertion dans Posterous	8
E. L'insertion de variables personnalisées	9
1. Le modèle	9
2. Exemple	9
3. Supprimer une variable personnalisée	9
F. Les événements	9
1. Le code générique	9
2. L'insertion de code dans les pages	9
III. Segments et filtres	10
A. Les filtres	10
B. Les segments	11
IV. Les campagnes	13
A. Problématique	13
B. Utilisation de FeedBurner	13
C. Visualisation des données de la campagne	15
V. Quelques indicateurs à retenir	16
A. La vue d'ensemble (audience)	16
1. La décomposition entre la recherche (organique), les accès directs et les sites référents	16
2. La décomposition entre visiteurs connus et nouveau visiteurs	16
B. L'analyse des pages	17
C. Les flux de visiteurs (Audience)	17
D. Intérêt et interaction	18
E. Optimisation du référencement	18
1. Pages de destination (sources de trafic)	18
2. Requêtes (sources de trafic)	19
3. La synthèse géographique (sources de trafic)	20
F. Réseau (Audience)	21
G. La vitesse du site	22
1. Les services en ligne qui testent la vitesse de téléchargement des pages	22
2. Les plugins sous Firefox	22





I. Présentation

[Google Analytics](#) est un service gratuit, fourni par Google, d'analyse de l'audience d'un site Web. Son utilisation est réservée aux utilisateurs qui possèdent un compte chez Google. Il permet à Google de collecter les données relatives à l'accès aux sites Web, détaillées dans les [règles de confidentialité](#) de l'éditeur. Les données communiquées au service le sont par un script Javascript, intégré aux pages du site, qui s'exécute à partir du navigateur. Il fait partie des outils de mesure par marqueur et, à ce titre, ne fournit qu'une partie du trafic d'un site Web. Il produit une vision "qualitative" de l'audience. Il existe des alternatives Open Source à Google Analytics, comme [Piwik](#).

Ces outils sont complémentaires à des logiciels d'analyse des logs des serveurs Web, comme [Awstats](#), [Webalizer](#) ou [W3Perl](#).

Selon [httparchive.org](#), Google Analytics serait utilisé sur 63% des sites Internet.



II. Paramétrage d'un site

A. Création d'un compte

La configuration d'un nouveau site se réalise en cliquant sur l'icône de la page d'accueil, en haut à gauche.

The screenshot shows the 'Accueil du compte' (Account Home) page. At the top, there's a dropdown menu 'Tous les comptes'. Below it, the 'Google Analytics' logo and the title 'Accueil du compte'. A gear icon is in the top right corner. The main area lists properties under different accounts:

- dsfc**:
 - UA-403669-2 - http://www.[REDACTED]
 - UA-28487831-1 - http://www.dsfc.net
- [REDACTED]**:
 - UA-1882554-5 - http://www.[REDACTED]
- [REDACTED]**:
 - UA-25166811-1 - http://www.[REDACTED]
- [REDACTED]**:
 - UA-683648-2 - http://www.[REDACTED]
- [REDACTED]**:
 - UA-28502396-1 - http://www.[REDACTED]
- Winuxware**:
 - UA-5085119-1 - http://www.winuxware.com

Cliquez ensuite sur le bouton +Nouveau compte.

The screenshot shows the 'Gestion des comptes' (Account Management) page. On the left, there's a sidebar with links like 'Aide', 'Onglets d'administration', 'Ajouter un compte', 'Supprimer un compte', 'Centre d'aide', and a search bar. A note at the bottom says 'Ajoutez +1 à votre site' with a link to Google+. The main area has a 'Comptes' tab selected. It shows a table with the following data:

	Nom	Rôle
1.	☆ [REDACTED]	Utilisateur
2.	☆ dsfc	Administrateur
3.	☆ [REDACTED]	Administrateur
4.	☆ [REDACTED]	Administrateur
5.	☆ [REDACTED]	Utilisateur
6.	☆ [REDACTED]	Administrateur
7.	☆ Winuxware	Administrateur

At the bottom, there are pagination controls: 'Afficher les lignes : 10', 'Accéder à : 1', '1 à 7 sur 7', and navigation arrows.



Indiquez l'url du site.

Google Analytics

Gestion des comptes

Comptes

Créer un compte

Indiquez l'URL du site dont vous souhaitez effectuer le suivi et attribuez-lui le nom sous lequel il doit apparaître dans vos rapports Google Analytics. Si vous souhaitez effectuer le suivi de plusieurs sites Web, vous pouvez les ajouter après avoir configuré votre compte. [?](#)

Informations générales

Nom du compte

URL du site Web
Exemple : <http://www.mywebsite.com>

Fuseau horaire (GMT+01:00) Paris

Paramètres de partage des données [?](#)

Paramètres de partage Ne pas partager mes données Google Analytics

Partager mes données Google Analytics :

Seulement avec les autres produits Google [facultatif](#)

Bénéficiez de fonctionnalités publicitaires étendues et d'un plus grand confort d'utilisation d'AdWords, d'AdSense et d'autres produits Google en partageant les données Google Analytics de votre site Web avec d'autres services Google. *Seuls les services Google (aucune tierce partie) auront accès à vos données.* [Afficher un exemple](#)

Anonymement avec Google et d'autres services [facultatif](#)

Activez l'analyse comparative en partageant les données de votre site Web de manière anonyme. Google supprimera toutes les informations permettant d'identifier votre site Web, combinera vos données à celles de centaines d'autres sites anonymes de secteurs comparables et présentera les tendances générales via le service d'analyse comparative. [Afficher un exemple](#)

Contrat d'utilisation

Veuillez sélectionner votre pays ou territoire ci-dessous. Lisez attentivement les conditions d'utilisation, puis cochez la case pour les accepter.

Votre pays ou territoire

Le terme « Page Vue » représente l'unité de mesure d'utilisation du Service. Une Page Vue est marquée lorsque le GATC est exécuté sur une page web visitée, et est traitée comme faisant partie d'un Profil. Une Page Vue sera engagée pour chaque instance du GATC sur la page Web, et pour chaque Profil recevant des informations relatives à cette page Web sur le GATC.

Le terme « Logiciel de traitement » désigne le logiciel exclusif Google Analytics et toutes ses mises à jour, qui analyse les données des clients et génère les rapports.

Le terme « Profil » renvoie à la collection de paramètres qui déterminent ensemble des informations à inclure ou à exclure d'un Rapport particulier. Par exemple, un Profil peut être établi pour visualiser une petite portion d'un site Web en tant que Rapport unique. Plusieurs Profils peuvent être établis sous un seul Site.

« Rapport » désigne l'analyse présentée à l'adresse www.google.com/intl/fr/analytics (ou à toute adresse que Google pourrait Vous indiquer à l'avenir) pour un Profil individuel. Le nombre de tableaux, de graphiques et de statistiques contenu dans un Rapport varie en fonction de l'édition du Service.

Conditions d'utilisation Oui, j'accepte les conditions d'utilisation ci-dessus

[Créer un compte](#) [Annuler](#)



B. Les paramètres du profil

Un profil est applicable à un ou plusieurs comptes. Indiquez dans les **Paramètres de profil** la nature du site et la devise utilisée.

Tous les comptes > Bloginfo Posterous >

Bloginfo Posterous

ID de site : UA-28774333-1

URL par défaut : <http://bloginfo.posterous.com>

Profils Code de suivi Paramètres du site

Profil : **Bloginfo Posterous** ▼ + Nouveau profil

Actifs **Objectifs** **Utilisateurs** **Filtres** **Paramètres de profil**

Modifier les informations sur le profil

Informations générales

Nom du profil : **Bloginfo Posterous**

ID du profil : **55580783**

URL du site Web : **http://bloginfo.posterous.com** ▼ Exemple : <http://www.mywebsite.com>

Pays ou territoire du fuseau horaire : **France** ▼ (GMT+01:00) Paris

Page par défaut facultatif ? : Exemple : index.html

Exclure les paramètres de requête de l'URL facultatif : Exemples : sid, sessionid, vid, etc.

Devise affichée sous la forme : **euro (EUR €)** ▼

Paramètres de commerce électronique

Suivi du commerce électronique facultatif : **Pas un site de commerce électronique** ▼

Paramètres de recherche sur site

Suivi de la recherche sur site facultatif ? : Ne pas effectuer le suivi de la recherche sur site Effectuer le suivi de la recherche sur site

Appliquer Annuler Supprimer ce profil



C. Crédit des utilisateurs

Contrairement à Google Webmaster Tools, Google Analytics prend en charge différents rôles d'utilisateurs.

Tous les comptes > Winuxware,

Winuxware

ID de site : UA-5085119-1

URL par défaut : http://www.winuxware.com

Profils Code de suivi Paramètres du site

Profil : www.winuxware.com + Nouveau profil

Actifs Objectifs Utilisateurs Filtres Paramètres de profil

Ajouter un utilisateur au profil

Entrer les informations sur les utilisateurs

Adresse e-mail : Adresse e-mail d'utilisateur enregistrée dans les comptes Google

Rôle : Utilisateur Administrateur
Les administrateurs bénéficient d'un accès complet à tous les profils du compte.

Créer un utilisateur Annuler

Vous pouvez modifier les paramètres des comptes autres que le compte de la connexion courante : paramètres.

Tous les comptes > Winuxware,

Winuxware

ID de site : UA-5085119-1

URL par défaut : http://www.winuxware.com

Profils Code de suivi Paramètres du site

Profil : www.winuxware.com + Nouveau profil

Actifs Objectifs Utilisateurs Filtres Paramètres de profil

+ Nouvel utilisateur				
	E-mail	Nom	Rôle	
1.	dszalkowski@gmail.com	Denis Szalkowski	Administrateur	paramètres supprimer
2.	winuxware@gmail.com	winuxware winuxware	Administrateur	paramètres supprimer

Afficher les lignes : 10 Accéder à : 1 1 à 2 sur 2



D. Insertion d'un script Google Analytics

1. Le code de suivi

Le code à insérer dans vos pages Web est fourni au niveau de l'onglet **Code de suivi**.

Tous les comptes : Bloginfo Posterous ,
Bloginfo Posterous
ID de site : UA-28774333-1
URL par défaut : http://bloginfo.posterous.com

Profils **Code de suivi** Paramètres du site

ID de suivi : UA-28774333-1

Suivi des applications

Effectuez le suivi des applications pour mobile à l'aide du kit de développement logiciel (SDK) Google Analytics pour Android et iOS. Télécharger le SDK pour Android Télécharger le SDK pour iOS

Suivi des sites Web

Nom du site : Bloginfo Posterous

URL du site Web : http://bloginfo.posterous.com

État du suivi : **Suivi non configuré** Dernière vérification : 30 janv. 2012 06:29:43 PST

Le code de suivi Google Analytics n'a pas été détecté sur la page d'accueil de votre site Web. Pour que Google Analytics fonctionne, vous devez ajouter le code de suivi à toutes les pages de votre site. Vous pouvez l'ajouter vous-même ou par l'intermédiaire de votre administrateur Web.

Standard Avancé Personnalisé

1. Sur quoi votre suivi porte-t-il ?

Un seul domaine

Exemple : bloginfo.posterous.com

Un seul domaine associé à plusieurs sous-domaines

Exemples : www.posterous.com

apps.posterous.com

store.posterous.com

Plusieurs extensions de domaine

Exemples : bloginfo.posterous.uk

bloginfo.posterous.cn

bloginfo.posterous.fr

Campagnes AdWords

2. Collez ce code sur votre site

Copiez le code suivant, puis collez-le dans chaque page dont vous souhaitez effectuer le suivi, en le plaçant juste avant la balise de fermeture </head>.

```
<script type="text/javascript">
var _gaq = _gaq || [];
_gaq.push(['_setAccount', 'UA-28774333-1']);
_gaq.push(['_trackPageview']);

(function() {
  var ga = document.createElement('script'); ga.type = 'text/javascript'; ga.async = true;
  ga.src = ('https:' == document.location.protocol ? 'https://ssl' : 'http://www') + '.google-analytics.com/ga.js';
  var s = document.getElementsByTagName('script')[0]; s.parentNode.insertBefore(ga, s);
})();
</script>
```

Envoyer ces instructions par e-mail Facultatif

Nous vous déconseillons d'inclure à la fois les nouveaux et les anciens extraits de code de suivi sur quelque page que ce soit. Les données des rapports pourraient être inexactes. Vous pouvez toutefois ajouter le nouveau code de suivi dans des pages spécifiques de votre site tout en conservant l'ancien code sur les autres pages.

Enregistrer Annuler

2. Exemple d'insertion dans WordPress

Le script fourni par Google s'insère juste avant la balise de fermeture de l'en-tête de la page (balise </head>).

The screenshot shows the WordPress dashboard with the 'Tableau de bord' (Dashboard) menu selected. In the center, the 'Modifier les thèmes' (Edit Themes) screen is displayed. On the left, a sidebar lists various theme-related options like 'Thèmes', 'Widgets', 'Menus', etc. The 'Apparence' (Appearance) option is highlighted. The main area shows the code for 'WP_Premium: En-tête (header.php)'. The code includes the Google Analytics tracking script. To the right, a sidebar titled 'Modèles' (Models) lists various theme files such as 'header.php', 'functions.php', 'searchform.php', etc. The 'header.php' file is currently selected.

```
<?php wp_head(); ?>

<script type="text/javascript">

var _gaq = _gaq || [];
_gaq.push(['_setAccount', 'UA-28487831-1']);
_gaq.push(['_trackPageview']);

(function() {
    var ga = document.createElement('script'); ga.type = 'text/javascript'; ga.async = true;
    ga.src = ('https:' == document.location.protocol ? 'https://ssl' : 'http://www') + '.google-analytics.com/ga.js';
    var s = document.getElementsByTagName('script')[0]; s.parentNode.insertBefore(ga, s);
})();

</script>

</head>

<body>
<div id="header">
    <div id="header-in">

        <p class="title"><a href="<?php echo get_settings('home'); ?>" title="<?php
```

Il existe également de nombreux plugins, que ce soit sur Drupal ou WordPress, qui prennent en charge la configuration de Google Analytics.

3. Plugins WordPress

1. [Ultimate Google Analytics](#)
2. [Google Analytics for WordPress](#)

4. Insertion dans Posterous

The screenshot shows the Posterous interface with the 'Custom HTML' tab selected. The sidebar on the left includes 'Themes', 'Customize', and 'Advanced' sections, with 'Advanced' currently active. The main area contains a code editor with the Google Analytics tracking script pasted into it. The script is identical to the one shown in the WordPress screenshot.

```
<script type="text/javascript">

var _gaq = _gaq || [];
_gaq.push(['_setAccount', 'UA-28774333-1']);
_gaq.push(['_trackPageview']);

(function() {
    var ga = document.createElement('script'); ga.type = 'text/javascript'; ga.async = true;
    ga.src = ('https:' == document.location.protocol ? 'https://ssl' : 'http://www') + '.google-analytics.com/ga.js';
    var s = document.getElementsByTagName('script')[0]; s.parentNode.insertBefore(ga, s);
})();

</script>

</head>
<body>
```

E. L'insertion de variables personnalisées

La version 5 de Google Analytics permet d'utiliser, en standard, 5 variables personnalisées. Ces variables sont insérables dans le code de suivi fourni par Google Analytics. L'objectif est de mieux segmenter et analyser le trafic.

1. Le modèle

L'insertion s'opère à l'aide de la méthode `_gaq.push` comme suit :

```
_gaq.push(['_setCustomVar', Index, 'Name', 'Value', Scope]);
```

dans laquelle

- *Index* représente le numéro de votre variable personnalisée (de 1 à 5),
- *Name* définit le nom de la variable,
- *Value* stocke la valeur de la variable au format alphanumérique,
- *Scope* donne le niveau d'analyse de la variable
 - 1 par visiteur unique
 - 2 par session
 - 3 par page vue (par défaut)

2. Exemple

Pour connaître les pages 404 visitées, vous pouvez insérer au-dessus de la méthode `_gaq.push(['_trackPageview']);` :

```
_gaq.push(['_setCustomVar', 1, '404', 'URL de la page 404', 3]);
```

3. Supprimer une variable personnalisée

Pour supprimer une variable personnalisée, remplacez le code précédent par :

```
_gaq.push(['_deleteCustomVar', 1]);
```

F. Les événements

1. Le code générique

Google Analytics vous permet de tracer des événements particuliers dans vos sites : téléchargements, gestion des commentaires, liens sortants, suivis des clics, etc à l'aide du code suivant :

```
pageTracker._trackEvent(category, action, optional_label, optional_value)
```

2. L'insertion de code dans les pages

Pour tracer vos téléchargements :

```
<a href="http://www.dsfc.net/wp-content/uploads/supports/support-google-analytics.pdf"
title="Télécharger le support Google Analytics"
onclick="pageTracker._trackEvent('supports','télécharger','Nouveaux supports','Google
Analytics');">Google analytics<a>
```

III. Segments et filtres

Filtres et segments sont des moyens d'affiner l'analyse.

The screenshot shows the 'Segments et filtres' section of the Google Analytics interface for profile 'dsfc'. At the top, there are tabs for 'Profils', 'Code de suivi', and 'Paramètres du site'. The 'Profils' tab is selected, showing a dropdown menu with 'dsfc' and a '+ Nouveau profil' button. Below this, there are tabs for 'Actifs', 'Objectifs', 'Utilisateurs', 'Filtres', and 'Paramètres de profil', with 'Filtres' being the active tab. A sub-section titled 'Configurer les éléments disponibles dans ce profil.' lists several items: 'Segments avancés' (selected), 'Annotations', 'Groupes de canaux des entonnoirs de conversion multicanaux', and 'Alertes personnalisées'.

A. Les filtres

Dans le cadre du CMS WordPress, vous pouvez vouloir retirer de l'analyse les répertoires "techniques".

The screenshot shows the 'Ajouter un filtre au profil' (Add filter to profile) page for profile 'dsfc'. At the top, there are tabs for 'Profils', 'Code de suivi', and 'Paramètres du site'. The 'Profils' tab is selected, showing a dropdown menu with 'dsfc' and a '+ Nouveau profil' button. Below this, there are tabs for 'Actifs', 'Objectifs', 'Utilisateurs', 'Filtres' (selected), and 'Paramètres de profil'. A sub-section titled 'Ajouter un filtre au profil' contains the 'Informations sur le filtre' (Filter information) section. It includes fields for 'Nom du filtre' (wp-admin), 'Type de filtre' (selected 'Filtre prédefini'), and 'Exclure' (Exclude) settings. The 'Exclure' dropdown is set to 'trafic vers les sous-répertoires' (traffic to sub-directories) and 'contenant' (containing). A 'Sous-répertoire' (Sub-directory) field is filled with 'wp-admin' and a note '(par exemple, /monrep/)', and a 'Sensible à la casse' (Case sensitive) checkbox is checked. At the bottom, there are 'Enregistrer' (Save) and 'Annuler' (Cancel) buttons.

[Accueil](#)[Rapports standards](#)[Rapports personnalisés](#)

Tous les comptes > dsfc >

dsfc

ID de site : UA-28487831-1

URL par défaut : http://www.dsfc.net

[Profils](#) [Code de suivi](#) [Paramètres du site](#)Profil : **dsfc**[+ Nouveau profil](#)[Actifs](#) [Objectifs](#) [Utilisateurs](#) **Filtres** [Paramètres de profil](#)[+ Nouveau filtre](#)[Définir l'ordre des filtres](#)

Classement ↑	Nom du filtre	Type de filtre	
1	wp-include	Exclude	supprimer
2	wp-admin	Exclude	supprimer

Afficher les lignes : **10**Accéder à : **1**

1 à 2 sur 2



B. Les segments

[Accueil](#)[Rapports standards](#)[Rapports personnalisés](#)

Tous les comptes > dsfc >

dsfc

ID de site : UA-28487831-1

URL par défaut : http://www.dsfc.net

[Profils](#) [Code de suivi](#) [Paramètres du site](#)Profil : **dsfc**[+ Nouveau profil](#)[Actifs](#) [Objectifs](#) [Utilisateurs](#) [Filtres](#) [Paramètres de profil](#)

Élément >

Segment avancé

[+ Nouveau segment](#)

Nom	Conditions		
1. Segment Réseaux Sociaux	Source contenant facebook.com ...	copier	supprimer

Afficher les lignes : **500**Accéder à : **1**

1 à 1 sur 1



[Accueil](#)[Rapports standards](#)[Rapports personnalisés](#)

Tous les comptes > dsfc >

dsfc

ID de site : UA-28487831-1

URL par défaut : http://www.dsfc.net

[Profils](#) [Code de suivi](#) [Paramètres du site](#)

Profil :

dsfc



+ Nouveau profil

[Actifs](#) [Objectifs](#) [Utilisateurs](#) [Filtres](#) [Paramètres de profil](#)

Élément > Segment avancé >

Segment Réseaux Sociaux

Nom : Segment Réseaux Sociaux

Inclure	Source	Contenant	facebook.com	X
	ou			
Inclure	Source	Contenant	twitter.com	X
	ou			
Ajouter une instruction "OU"				
	et			
Ajouter une instruction "ET"				

» Autres options

[Enregistrer le segment](#)[Tester le segment](#)[Annuler](#)[Supprimer un segment](#)

IV. Les campagnes

A. Problématique

Google ne permet pas de connaître l'origine du trafic, à partir des agrégateurs de flux ou des logiciels de messagerie. Une campagne permet de mesurer le CTR à partir de tels médias ! Google propose même un [outil pour générer des liens](#) utilisables dans le cadre d'une campagne. A partir du générateur, vous devrez :

1. renseigner **l'adresse**
2. définir la **source** de la campagne (**utm_source**)
3. nommer le **support** de la campagne (**utm_medium**)
4. fournir les termes de campagne (**utm_term**)
5. différencier plusieurs campagnes (**utm_content**)
6. donner un **nom** à la campagne (**utm_campaign**)

B. Utilisation de FeedBurner

FeedBurner est un service gratuit qui permet de pousser par email le contenu d'un fil RSS à ses abonnés.

Dsfc

Google feedburner

Edit Feed Details... | Delete Feed... | Transfer Feed...

Analyze

Optimize

Publicize

Monetize

Troubleshootize

My Feeds

↓ VIEW

Configure Stats

Feed Stats

Subscribers

Item Use

Map Overlay

Uncommon Uses

Export: Excel • CSV

↓ SERVICES

Configure Stats

For my feed, track:

Subscribers — daily totals and history

Feed reader applications used to access your feed

Uncommon uses, including resyndication

Reach — unique number of people who view or click your feed content

Item views

Item link clicks

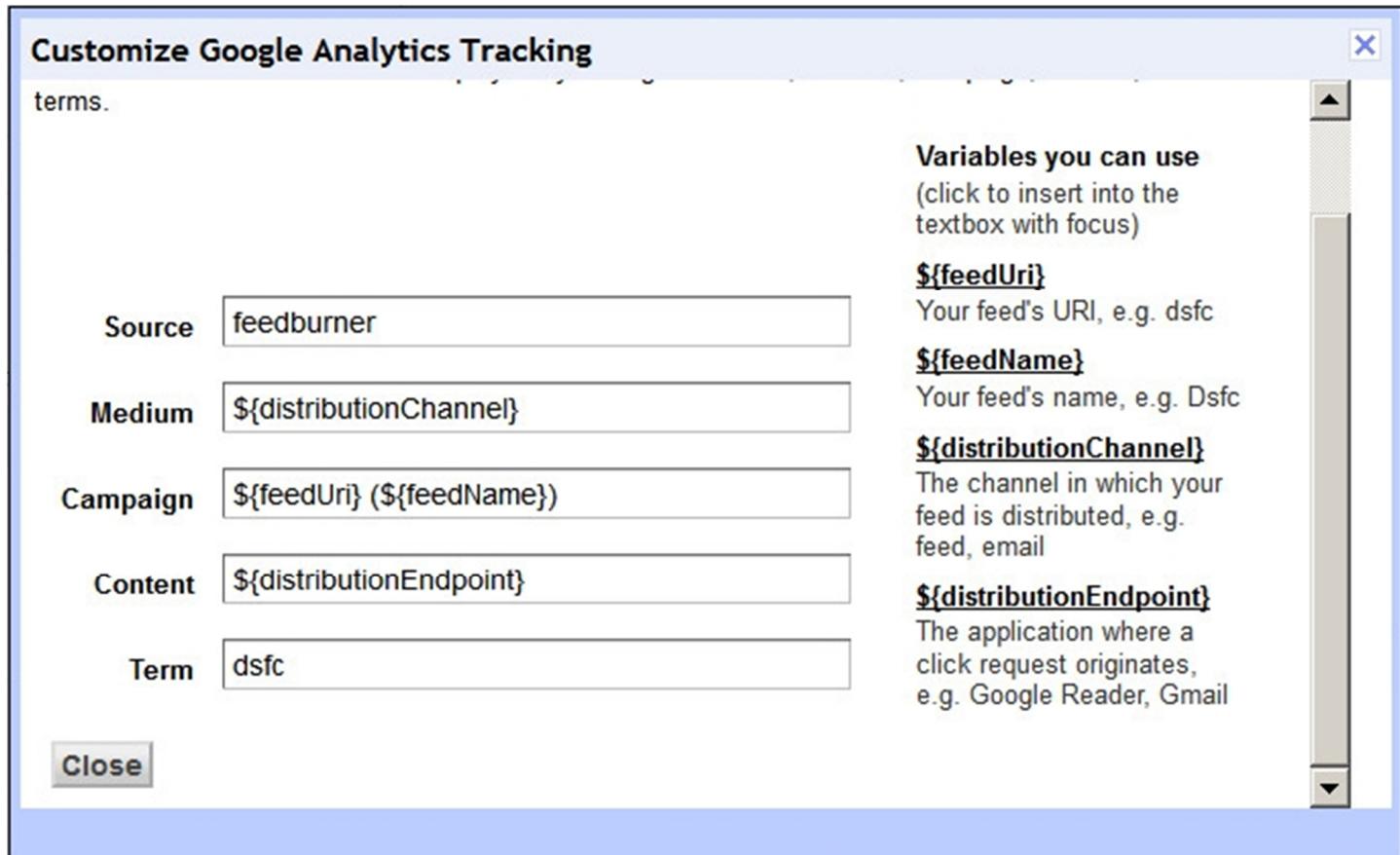
Track clicks as a traffic source in Google Analytics

[Customize...](#)

Item enclosure downloads (podcast downloads)

Save This service is **always active**

Cliquez sur Customize pour déterminer les paramètres de la campagne.





C. Visualisation des données de la campagne

Screenshot of the Google Analytics interface showing the "Campagnes" (Campaigns) report.

The left sidebar shows navigation categories: AUDIENCE, PUBLICITÉ, SOURCES DE TRAFIC, CONTENU, CONVERSIONS, and Aide.

The main content area displays the following information:

- Campagnes**: 0,13 % du total des visites
- Explorateur**: Fréquentation du site, Ensemble d'objectifs 1, Commerce électronique
- Statistiques principales** (Visites, Pages par visite, Temps moyen passé sur le site, Nouvelles visites (en %), Taux de rebond)
- Graphique**: Mode graphique: Graphique linéaire, Comparer les statistiques, Graphique par: [dropdown]
- Tableau de bord**: Affichage en cours: Campagne, Source, Support, Source/Support, Autre. Liste des campagnes:

Campagne	Visites	Pages par visite	Temps moyen passé sur le site	Nouvelles visites (en %)	Taux de rebond
1. dsfc (Dsfc)	5	1,40	00:00:09	80,00 %	80,00 %
2. Feed: dsfc (Dsfc)	3	1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
3. Feed: blogmarks (Conseils de lecture - François Palaci)	1	1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %



V. Quelques indicateurs à retenir

A. La vue d'ensemble (audience)

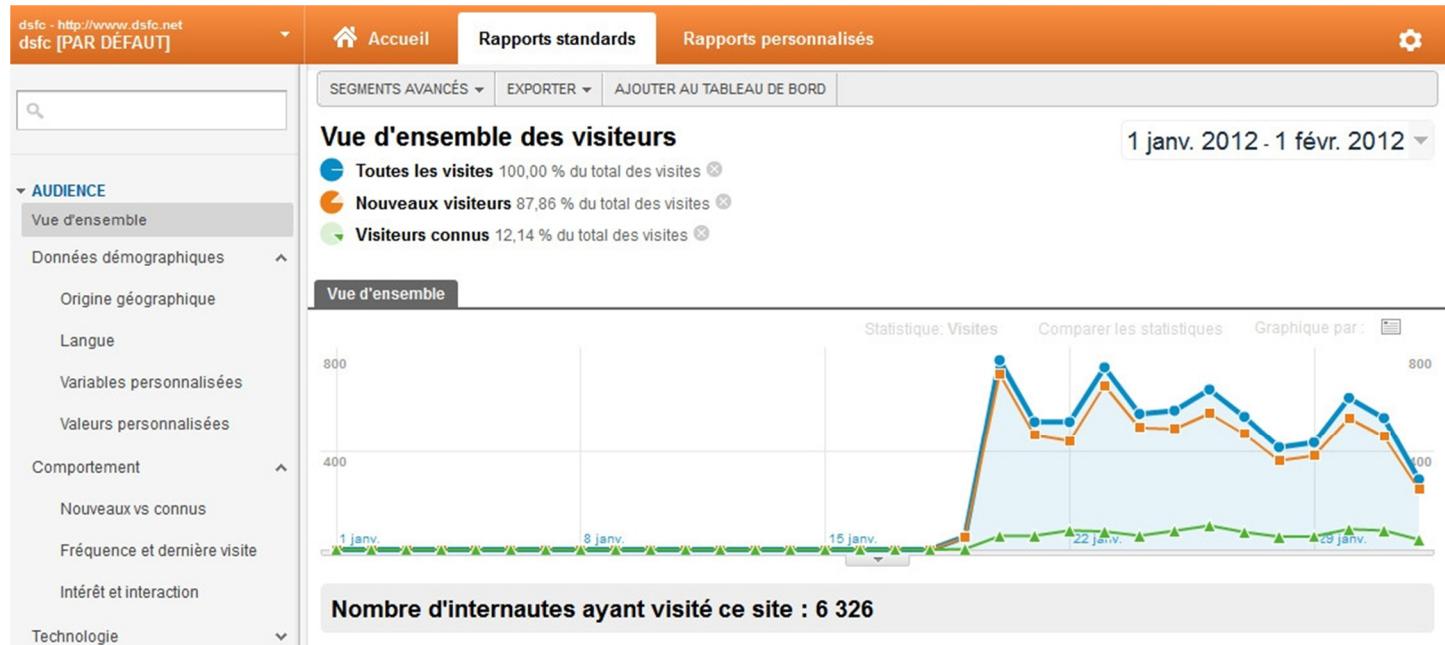
1. La décomposition entre la recherche (organique), les accès directs et les sites référents

La recherche organique ou trafic de recherche est le trafic issu des moteurs.



2. La décomposition entre visiteurs connus et nouveau visiteurs

Si le compte est bon, la somme des visiteurs connus et des nouveaux visiteurs représente le total des visites.



B. L'analyse des pages

A partir de cette page, vous pourrez voir les zones des pages qui génèrent des clics.

The screenshot shows the 'Analyse des pages Web' (Web Pages Analysis) report for a blog post titled 'Social Media Optimization : aucun impact sur l'audience des sites !'. The report includes a summary table with metrics like pages viewed (177), unique visitors (163), average time spent (00:01:28), and bounce rate (62,83%). It also displays a warning message: 'Access denied. Please try relaunching In-Page Analytics from the report.' Below the report, the website's header and a sample blog post are visible.

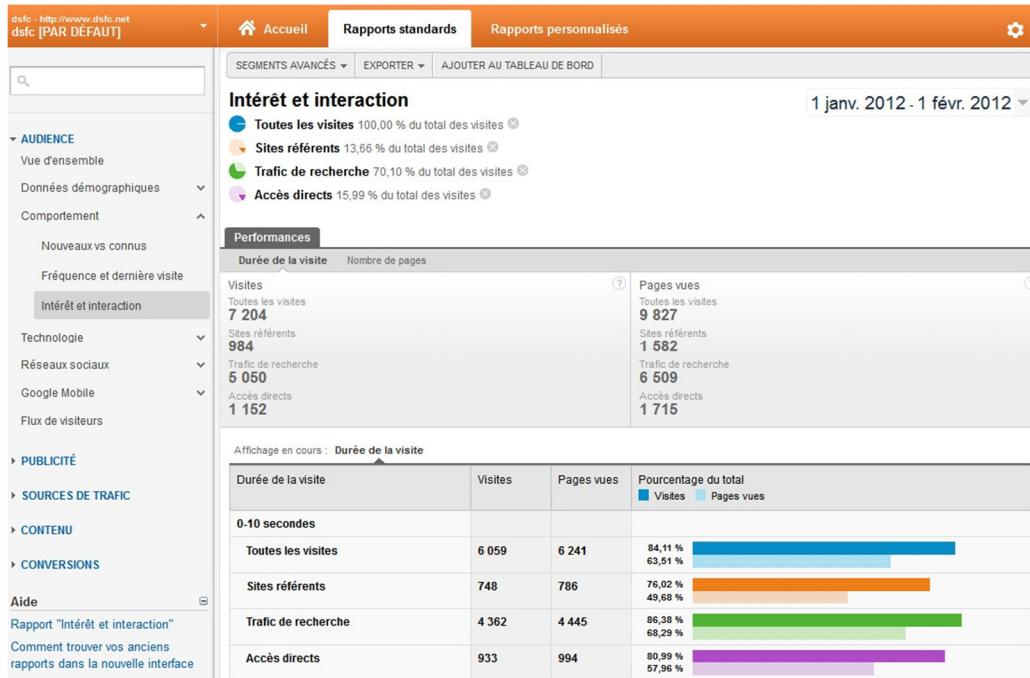
C. Les flux de visiteurs (Audience)

Ce graphe permet de voir le parcours des visiteurs sur le site.

The screenshot shows the 'Flux de visiteurs' (Visitor Flow) report. It displays a complex flowchart of user interactions across various pages of a website. The main flow starts from external sources like 'google' (4.3K visits) and '(direct)' (1.06K visits), leading through various internal pages such as '/informatiq...ts-joomla/' (897 visits), '/internet/a...egaupload/' (644 visits), and '/(page d'accueil)' (415 visits). The report also tracks first interactions and abandonment rates, with a significant number of visitors leaving after their first interaction.

D. Intérêt et interaction

La durée de visite est un indicateur pertinent de l'intérêt des internautes vis-à-vis de vos contenus. Si plus de 75% de vos visiteurs restent sur votre site moins de 10 secondes, vous pouvez en déduire qu'ils y arrivent par hasard. Comme quoi trop de SEO peut tuer l'audience !

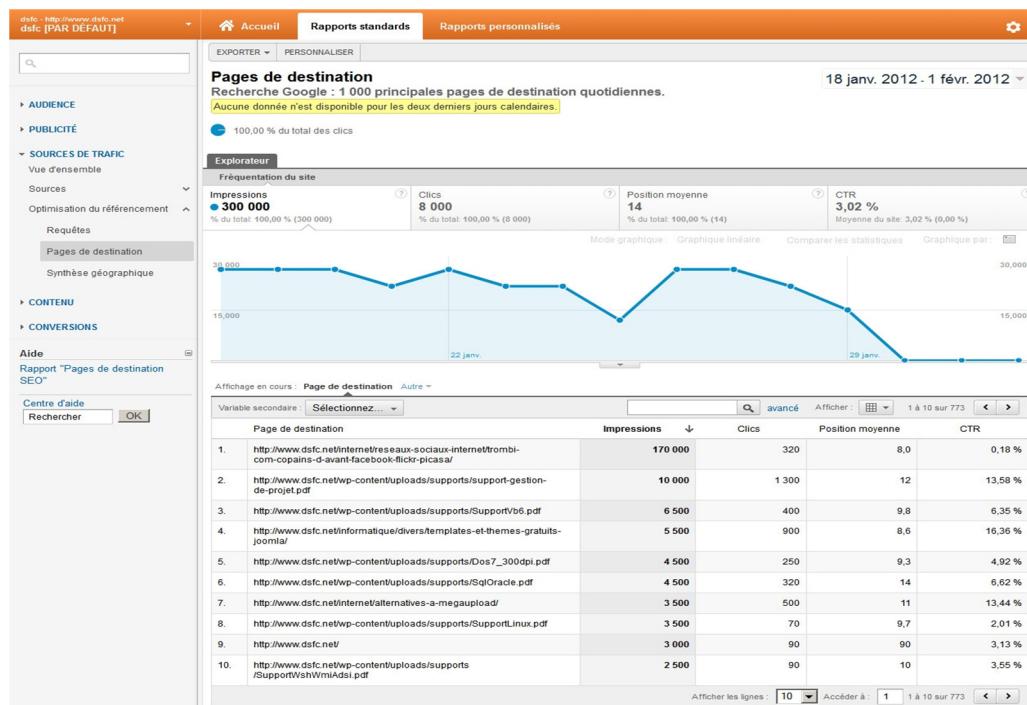


E. Optimisation du référencement

Les fonctionnalités "Optimisation du référencement" sont accessibles si vous avez couplé Google Webmaster Tools à Google Analytics. Le CTR ou ClickThrough Rate indique le taux de transformation en clics à partir de la recherche Google. Notez que Google Analytics, comme Google Webmaster Tools, fournit la position moyenne dans les pages de recherche de vos liens.

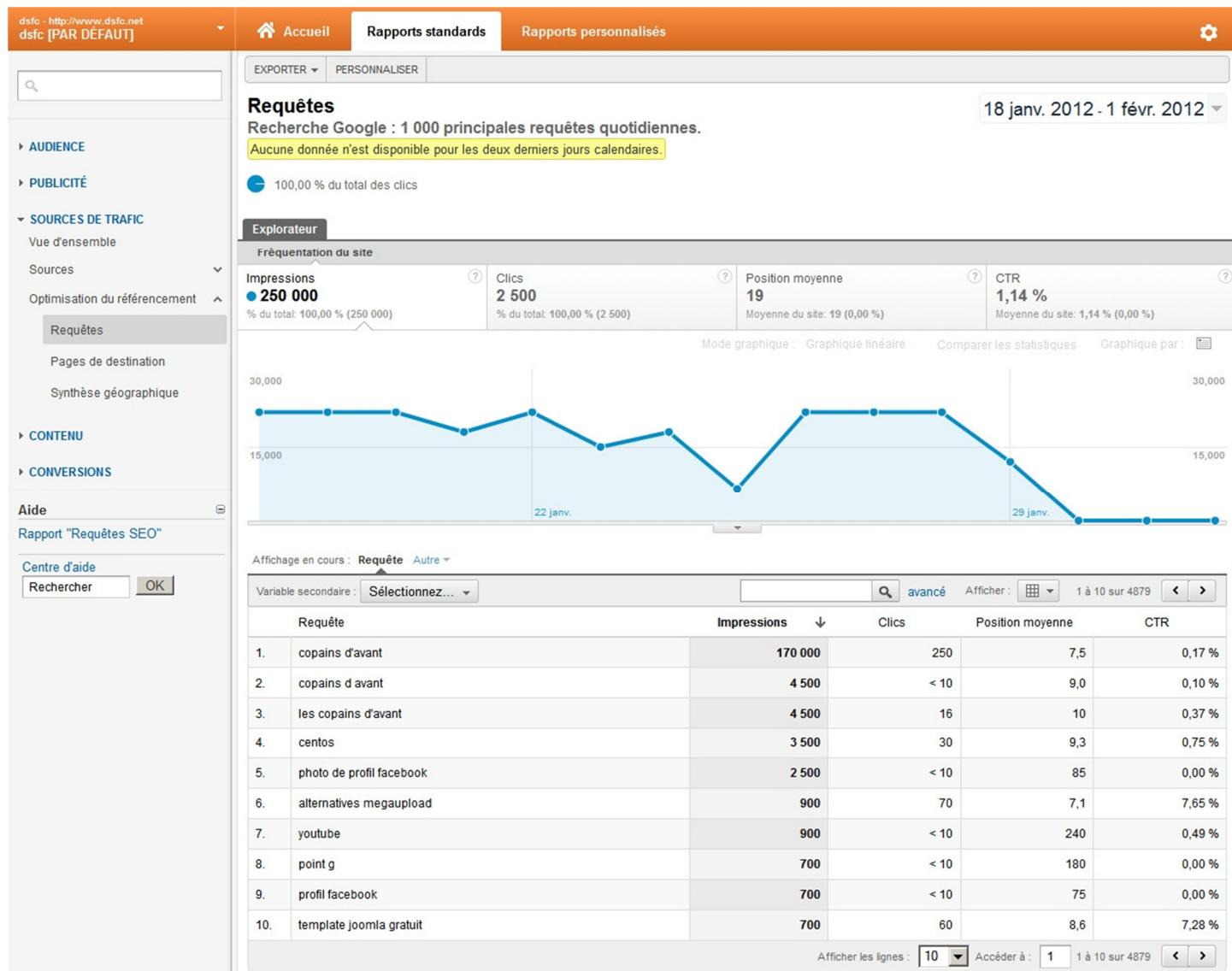
1. Pages de destination (sources de trafic)

L'analyse est fournie par page de destination.



2. Requêtes (sources de trafic)

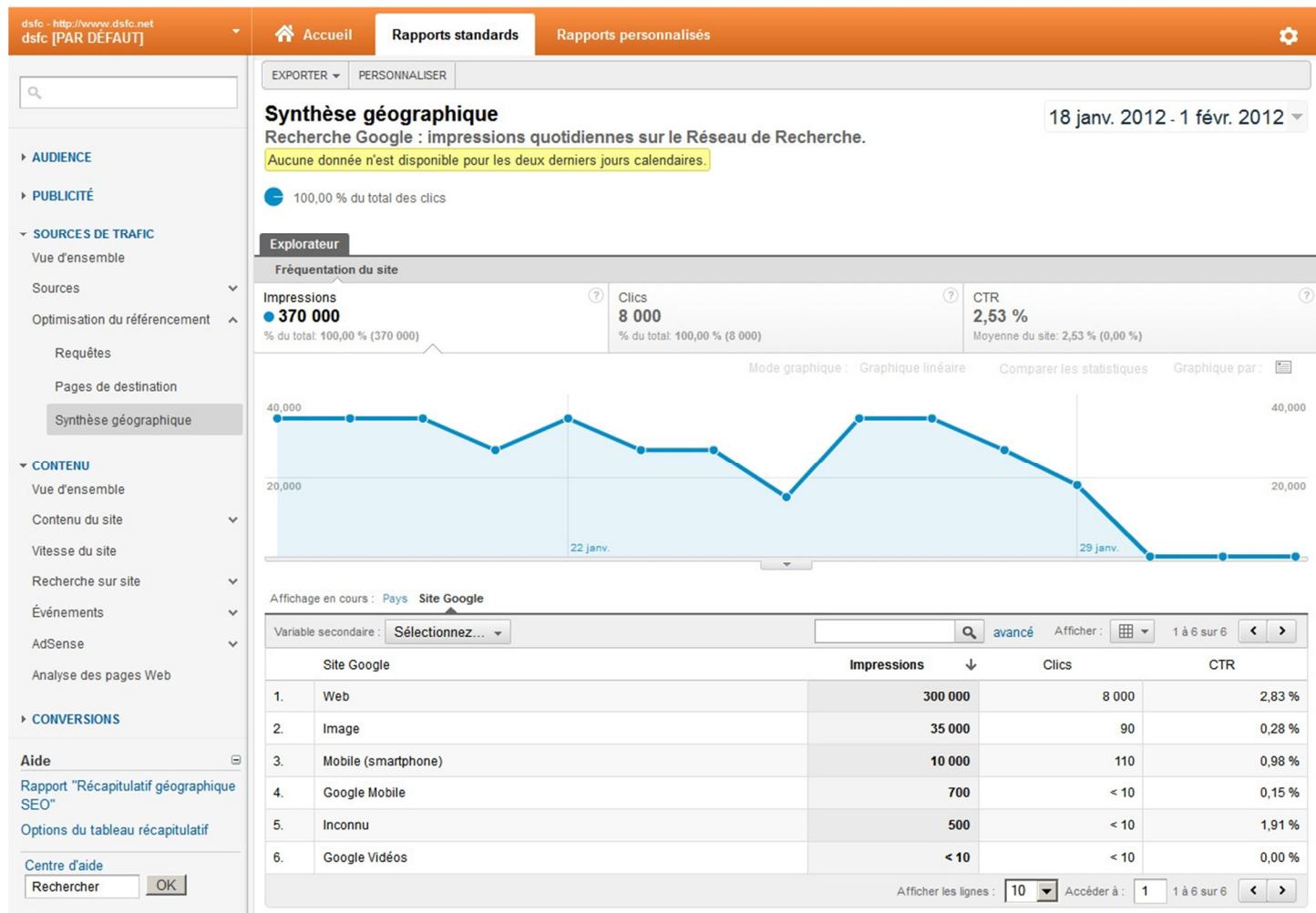
L'analyse peut se faire aussi par mots-clés.





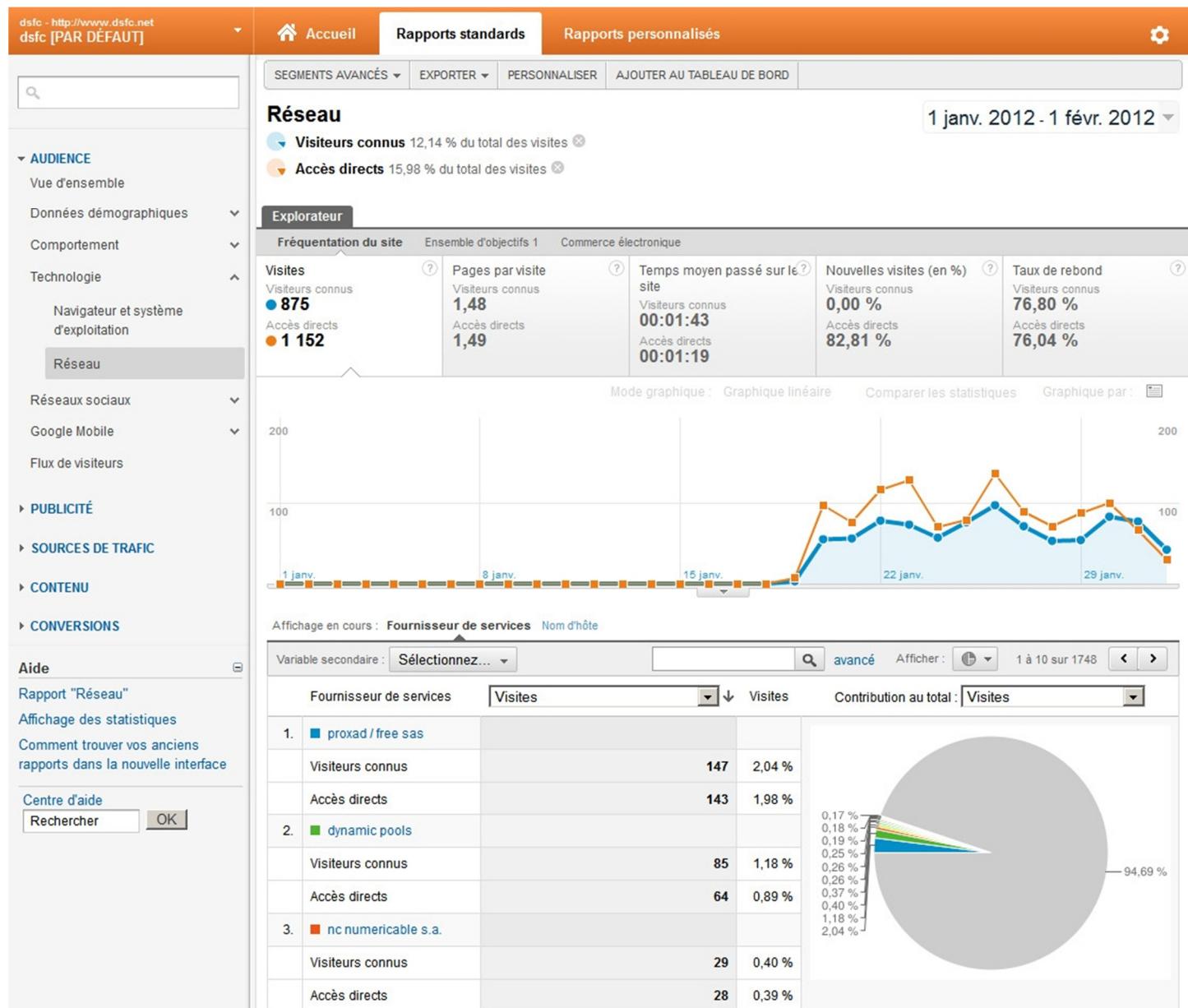
3. La synthèse géographique (sources de trafic)

La synthèse géographique, très étrangement, fournit les accès à votre site à partir de Google Images.



F. Réseau (Audience)

La mesure de l'audience par réseau fournit la liste des points d'accès à partir desquels se font les accès à votre site. Elle peut révéler l'accès de vos concurrents !



G. La vitesse du site

C'est un indicateur extrêmement précieux qu'il convient de surveiller comme le lait sur le feu : vos pages doivent se charger en moins de 5 secondes. Au-delà, vous prenez le risque de voir de se volatiliser une partie de vos internautes. Ces résultats doivent être recoupés avec d'[autres outils d'analyse](#).

1. Les services en ligne qui testent la vitesse de téléchargement des pages

Il existe plusieurs services en ligne qui vous permettent de connaître la vitesse d'affichage de vos pages :

- [Page Speed Labs](#), proposé par Google, qui fournit un indice de vitesse sur 100
- [Pingdom Tools](#), qui donne le temps de chargement de vos pages
- [Gmetrix](#), dont les temps de chargement calculés semblent quelque peu ésotériques
- [WebPageTest](#), très complet, qui simule un navigateur
- [Yottaa](#), qui affiche la vitesse à partir de différents endroits du monde
- [Website Optimization](#)
- [WebWait](#), qui établit une moyenne sur des requêtes successives

2. Les plugins sous Firefox

Firefox reste de très loin le navigateur le plus intéressant par la richesse de ses extensions :

- [Yslow](#), qui, associé à Firefox, s'exécute sous Firebug
- [Page Speed](#), qui s'exécute sous Firefox ou sous Chromium

