

Google™ Analytics

Avec Google Analytics™, tout devient très simple : améliorez vos performances en ligne, rédigez des annonces efficaces, soutenez vos initiatives marketing et créez des sites Web générateurs de nombreuses conversions. Sans compter que Google Analytics est gratuit pour les annonceurs, les éditeurs et les propriétaires de sites !

Découvrir. Partager. Agir.



Pages par visite

Nombre moyen de pages affichées par un internaute au cours de la visite du site. Les visites répétées d'un internaute sur une même page sont prises en compte.

Visites 6 400

Pages par visite 4,14

Temps moyen passé sur le site 00:03:37

Configuration des e-mails : Tableau

[Retour au rapport](#)

Envoyer maintenant Planifier Ajouter

Envoyer à d'autres personnes :

Par adresse(s) e-mail(s) adresses par des virgules

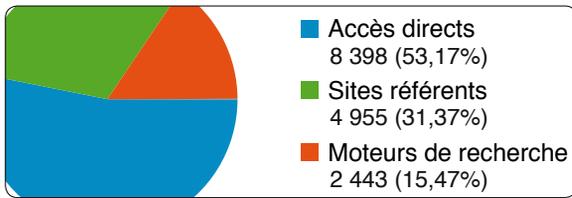
M'envoyer une copie

L'interface de Google Analytics simplifie l'exploration de vos données et vous permet de vous poser les bonnes questions. Des liens, placés dans les rapports, vous permettent d'accéder à des informations complémentaires en un seul clic. Découvrez de nouvelles opportunités et envoyez automatiquement des rapports par e-mail à vos collègues. Avec la fonction de segmentation rapide et interactive, réorganisez les données des rapports en un clin d'œil. Des résumés, des tableaux de données et des mini-graphiques synthétisent vos données à tous les niveaux. Par ailleurs, pour vous aider à comprendre, à interpréter et à utiliser les données, Google Analytics propose, dans chaque rapport, une aide contextuelle et des conseils dans la section "Atelier - Conversions".



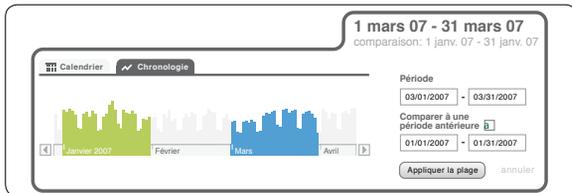
Tableau de bord personnalisé

Retrouvez les informations que vous recherchez en un clin d'œil. Placez toutes les données dont vous avez besoin dans un tableau de bord personnalisé que vous pouvez envoyer par e-mail à d'autres personnes.



Comparaison des campagnes et des mots clés

Faites un suivi et des comparaisons sur l'ensemble de vos annonces, sites référents, Newsletters, programmes d'affiliation, liens commerciaux et mots clés avec Google ou d'autres moteurs de recherche.



Tendances et périodes

Comparez différentes périodes et sélectionnez des périodes précises, sans jamais perdre de vue les tendances à long terme.



Ciblage géographique

Repérez d'où proviennent vos visiteurs et identifiez les marchés les plus intéressants.

Visites avant l'achat

Exporter E-mail Ajouter au tableau

Suivi du commerce électronique

Découvrez quelles campagnes et quels mots clés ont généré des transactions, déterminez le taux de fidélité et le temps de latence, identifiez vos sources de revenu.



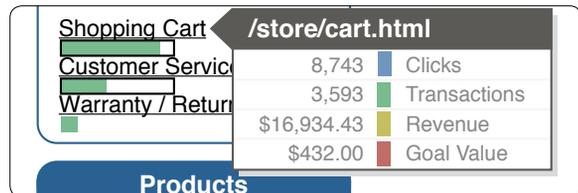
Intégration AdWords

Achetez des mots clés sur Google AdWords et servez-vous de Google Analytics pour découvrir lesquels sont les plus rentables pour votre activité.



Schéma de l'entonnoir de conversion

Déterminez quelles sont les pages qui entravent le processus de conversion et celles vers lesquelles vos prospects se dirigent.



Synthèse données/site

Tout en parcourant votre site, affichez des informations sur le trafic et les conversions de chaque lien.

La mise en route est simple

Affichez la page www.google.fr/analytics. Entrez l'URL du site dont vous souhaitez effectuer le suivi et obtenez un extrait de code à coller dans vos pages. Si vous êtes un client AdWords, contentez-vous de cliquer sur l'onglet Analytics de votre compte AdWords.

Insérez les balises dans votre site.

Collez l'extrait de code sur toutes les pages de votre site : le suivi démarre immédiatement.

Définissez vos objectifs et les entonnoirs de conversion.

Les objectifs permettent à l'outil Google Analytics d'évaluer les performances de votre site par rapport aux objectifs commerciaux que vous vous êtes fixés. Il est aisé de définir ces objectifs dans votre nouveau compte.

Affichez vos rapports.

Des outils pour la réussite de vos activités en ligne

Google AdWords

<http://adwords.google.fr>

Générez un trafic plus important et de meilleure qualité sur votre site, entrez en contact avec vos clients potentiels au moment où ils recherchent vos produits ou services et payez uniquement lorsque les internautes cliquent sur vos annonces.

Google Analytics

www.google.fr/analytics

Optimisez vos campagnes marketing et découvrez les mots clés les plus rentables pour votre activité.

Optimiseur de Site

www.google.com/weboptimizer

Laissez vos clients déterminer pour vous la combinaison de textes et d'images qui constitue la page de destination la plus efficace.

Rendez-vous sur :

www.conversionuniversity.com

pour découvrir de nombreux conseils.

