



FORMATION SUR LES BOUTIQUES EN LIGNE

Google Analytics pour analyser le trafic de votre site web et de votre boutique en ligne !

- I. S'inscrire à Google, Google Analytics en quelques étapes simples et rapides
- II. Les données clés que vous pourrez récolter

Cette fiche synthèse vous rappellera les éléments clés pour pouvoir analyser l'audience et les actions des visiteurs de votre site web. Totalement gratuit, celui-ci doit être relié avec votre site web et est compatible avec toutes les plateformes utilisées (Shopify et les autres...). Le fait de pouvoir mesurer et analyser certaines informations vous permettra de déterminer aussi des pistes d'amélioration au bénéfice des utilisateurs de plateforme. Cela contribuera à stimuler vos ventes.

Certains systèmes de gestion du contenu (CMS) tels Shopify vous donnent automatiquement des rapports d'analyse des ventes et de la fréquentation de votre boutique en ligne. Il sera tout de même intéressant d'utiliser Google Analytics en complément, étant donnée la mire d'or de renseignements qui en découlent.

I. S'inscrire à Google, Google Analytics en quelques étapes simples et rapides

II. Les données clés que vous pourrez récolter



S'inscrire à Google, Google Analytics en quelques étapes simples et rapides

Avant de pouvoir utiliser cet outil, vous devrez d'abord créer un compte Google Analytics. Une fois inscrit avec un compte Google, vous aurez à intégrer un petit code (UA-xxxx-xxxx) sur l'ensemble des pages de votre site web que vous souhaitez analyser.

Pour certains types de sites web / boutiques en ligne, il existe un endroit spécifique déjà défini dans votre console de gestion, pour y insérer le code. Pour d'autres systèmes, vous devrez installer une application spécifique. Au besoin, demandez à votre webmestre ou au créateur de votre site web de s'en occuper.

Une fois ce code reconnu par Google Analytics, l'outil est opérationnel et vous n'aurez plus qu'à commencer l'analyse de vos données. Il y aura un délai habituel de quelques heures / jours, avant de voir des données s'ajouter à votre console de gestion.

Vous pourrez ensuite vous connecter à l'outil, directement dans votre navigateur, à l'adresse suivante: <https://analytics.google.com/> ou aussi utiliser l'application mobile dédiée que vous pourrez télécharger sur Apple et Android.



Les données clés que vous pourrez récolter

Google Analytics permet d'aller en profondeur pour mesurer à peu près tous les éléments clés / pages / sections / produits de votre site web. La section Accueil vous en donne un aperçu déjà complet. Cependant, nous vous invitons à vous familiariser avec les éléments sections suivantes.

- LA SECTION TEMPS RÉEL
- LA SECTION AUDIENCE
- LA SECTION ACQUISITION
- LA SECTION COMPORTEMENTS
- LA SECTION CONVERSION

La section temps réel

Vous pouvez y suivre en temps réel la navigation des visiteurs de votre site web / boutique en ligne, notamment en regardant la vue d'ensemble. Vous y verrez ce qui se passe en ce moment, comme le nombre de visiteurs actuellement en ligne, les principales pages actives, le nombre de pages vues, les principaux lieux des visites, les sites et réseaux sociaux référents et les mots clés les plus courants. Vous pourrez aussi y suivre la conversion, donc les achats qui se font en ce moment même.

La section acquisition

Encore une fois, la section vue d'ensemble résume graphiquement la provenance des visites de votre site web / boutique en ligne.

- On y verra le nombre de visites directes vers votre site (en tapant l'adresse dans le navigateur).
- Le nombre de visites provenant de vos annonces publiées sur Google Ads.
- Le nombre de visites provenant de sites web référents (qui ont un lien URL vers votre site web).
- Le nombre de visites provenant d'une recherche dans Google.
- La sous-section Réseaux sociaux vous indiquera quels réseaux sociaux ont amené du trafic sur votre site web.
- La sous-section Campagne vous indiquera des résultats des campagnes Google Ads effectuées ou en cours. On y verra les mots clés achetés / naturels qui vous amènent des visites.

La section audience

Dans cette section, on y retrouve la Vue d'ensemble, qui nous donnera des informations précieuses telles :

- Le nombre d'utilisateurs dans une période donnée (on peut choisir nos plages de dates et même les comparer avec des périodes antérieures).
- Le nombre de sessions (visites), le nombre de sessions par utilisateur par exemple dans une semaine, un mois, une année.
- Le nombre de pages vues durant la période sélectionnée.
- Le nombre de pages par session et la durée moyenne des sessions.
- Le taux de rebond (le nombre de visites d'une seule page divisé par l'ensemble des sessions). En général, une page avec un taux de rebond inférieur à 35 % est signe d'une très bonne qualité, alors qu'un taux de rebond de plus de 80 % nécessite de prendre des mesures drastiques. Cela peut dépendre aussi notamment de plusieurs facteurs, dont votre domaine d'activité.
- On y retrouvera aussi des informations complémentaires telles: la langue des visiteurs, les pays / villes, le navigateur / système d'exploitation utilisé sur ordinateur et sur appareil mobile. On peut même connaître la taille des écrans!
- La sous-section des données démographiques nous indiquera l'âge / le sexe des visiteurs.
- La sous-section Centre d'intérêt nous indiquera les centres d'intérêt de vos visiteurs.
- Plusieurs fonctions complémentaires vous permettront d'aller encore plus en détail dans l'analyse de ces informations.

La section comportements

Cette section nous renseigne sur les pages visitées par les utilisateurs de votre site web / boutique en ligne. Pour une période donnée, selon notre choix, avec possibilité de comparer avec une autre période, nous pourrions voir les informations suivantes:

- Nombre de visite pour chacune des pages du site et des catégories / produits (boutique)
- Pour chacune des pages: le nombre de vues de la page, le nombre de visiteurs, le temps moyen passé sur la page, le taux de rebond, le pourcentage de sorties soit le pourcentage des visiteurs ayant quitté la page à la suite de la fréquentation de cette page.
- La sous-section Flux de comportement nous montrera le parcours des visiteurs à partir de la page d'Accueil (ou autre page d'entrées du site) ainsi que les interactions subséquentes, tous les clics faits sur le site.
- La sous-section Contenu du site nous donne des données sur chaque page du site (nombre de vues, visiteurs uniques, temps moyen passé, nombre d'entrées sur le site par cette page, le taux de rebond de cette page, le pourcentage de sorties par cette page, ainsi que la valeur monétaire de cette page (à titre indicatif).
- La sous-section Vitesse du site nous montre quelle est la vitesse de chargement du site / pages sur différents navigateurs. Votre webmestre / créateur du site vous aidera à optimiser la vitesse de chargement, notamment avec des fichiers des images, vidéos, sons moins lourds. Les visiteurs vont l'apprécier. C'est aussi un facteur clé de référencement sur Google.

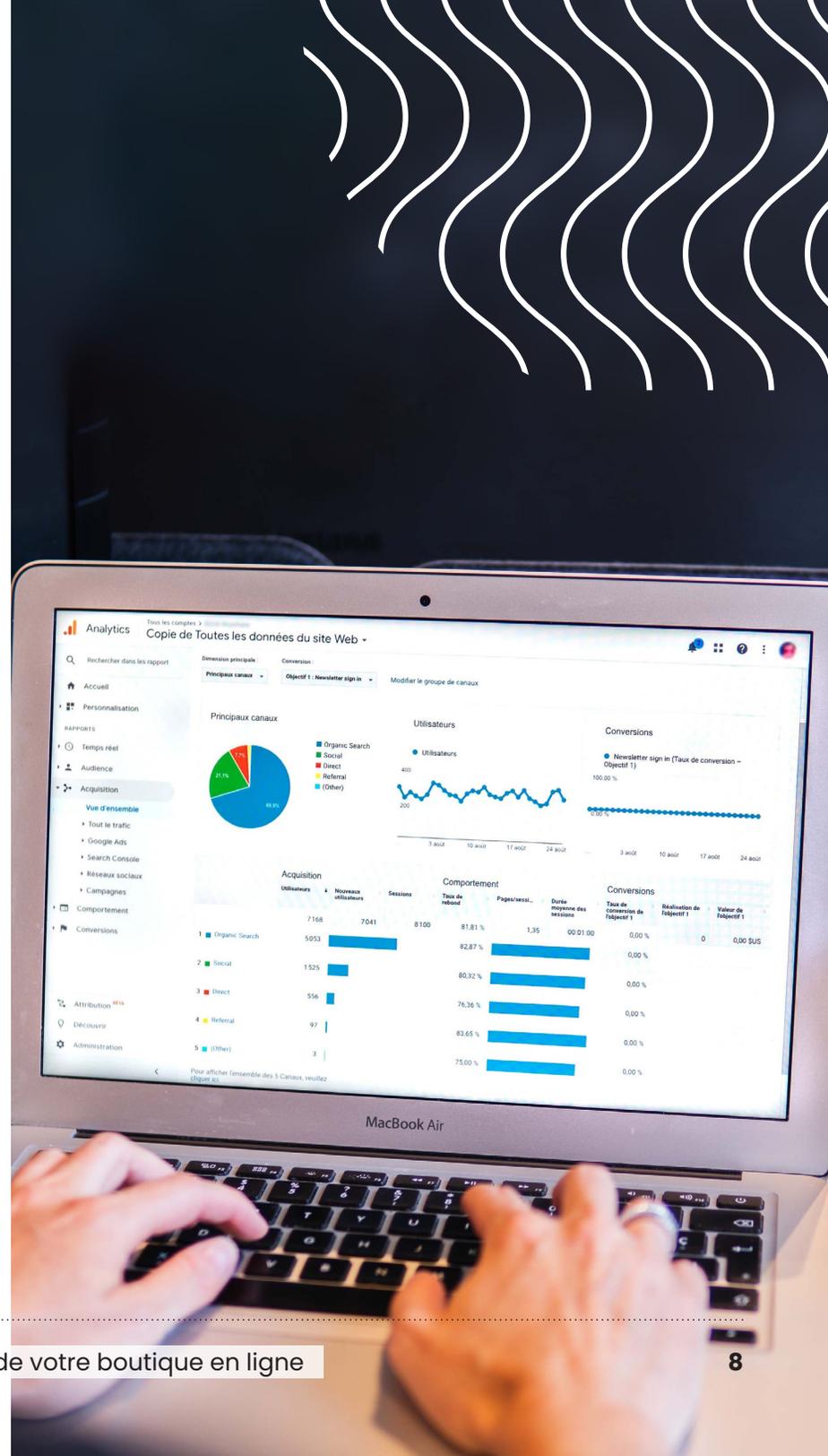
La section conversion

Cette section vous aidera à analyser les objectifs de conversion prédéterminés. Vous pourrez en apprendre davantage à ce sujet: <https://support.google.com/analytics/topic/1007030>

Pour une boutique en ligne, nous vous invitons à vous référer à la sous-section E-commerce. Ce rapport ne peut être généré que si le suivi d'E-commerce est activé pour la vue. C'est donc un extrait de code que vous pouvez insérer sur votre site ou dans votre application. Il vous permet de collecter les données relatives aux transactions, comme les ventes de produits, les montants d'achat et les lieux de facturation, et d'associer ces données à votre compte Google Analytics.

La sous-section E-commerce vous montrera notamment, les revenus tirés de la vente en ligne sur votre boutique pour une période donnée (vous pourrez faire des comparatifs), les revenus par produits, ainsi que la performance des différentes catégories et marques de produits.

Bonne découverte!





Conseil des
métiers d'art
du Québec



Édition

Conseil des métiers d'art du Québec

Direction général

Julien Silvestre, directeur général

Direction développement professionnel

Dominique Poulin, directrice

Réalisation

Eric Lamirande, Marketing, web et techno

Coordination

Caroline Thibault, coordonnatrice à la formation continue

Graphisme

Olivier Côté, Agence Ink

Révision linguistique

Sous la responsabilité de l'auteur et du CMAQ

1^{er} trimestre 2021 – © CMAQ, 2021 et Eric Lamirande



Avec la participation financière de :

