

Glossaire des outils d'analyse

Outils analytiques : outils permettant la collecte et l'analyse de données générées par l'activité des internautes sur des sites Web ou des applications mobiles, dans le but d'identifier des leviers d'amélioration pour ces sites Web et pour les campagnes marketing.

Exemple : « J'utilise des outils analytiques pour savoir quelle chambre est la plus populaire sur le site Web de mon gîte : la Louis XIV ou la Romance moderne. »

Utilisateur : personne visitant un site Web ou une application mobile. On appelle souvent les utilisateurs des " visiteurs ". Il existe deux types d'utilisateurs.

- **Les nouveaux utilisateurs** : personnes n'ayant **jamais** visité votre site Web auparavant.
- **Les utilisateurs connus** : personnes **ayant** déjà visité votre site Web auparavant.

Exemple : « La première fois que Jeanne a visité le site Web pour avoir des informations sur la chambre Romance moderne de mon gîte, elle était une nouvelle utilisatrice. Elle revient régulièrement réserver une chambre, ce qui en fait une utilisatrice connue. »

Session ou **visite** : temps passé par un utilisateur sur un site Web.

Exemple : « Mon site Web a obtenu 2 000 visites le mois dernier, mais ce qui m'intéresse vraiment, c'est de savoir si ces visites ont donné envie aux gens de réserver une chambre dans mon gîte. »

Page vue : page Web totalement chargée dans le navigateur de l'utilisateur. De nombreux outils d'analyse utilisent la page vue comme unité de mesure de base.

Exemple : « En moyenne, chaque visite sur mon site Web correspond à 20 pages vues. Les gens ont l'air d'apprécier la page dédiée à ma chambre Fans de foot, car elle représente environ 40 % des pages vues. »

Cookie : rien à voir avec un biscuit ! C'est un fichier de petite taille utilisé par de nombreux outils analytiques pour suivre l'activité d'un utilisateur sur un site Web. Si cet utilisateur supprime ses cookies ou utilise un autre navigateur Web, les outils analytiques le considéreront comme un autre utilisateur (même si, en réalité, c'est la même personne).

Exemple : « Si les cookies sont activés sur l'ordinateur d'une personne, votre outil d'analyse pourra mesurer le temps qu'elle passe sur la page de la chambre Fans de foot. »

Statistiques : mesure d'un élément, en quantité.

Exemple : « Je consulte les statistiques comme le taux de rebond, le nombre de pages par visite et le taux de conversion pour connaître les performances du site Web de mon gîte. » (voir la section Statistiques courantes ci-dessous).

Dimension : attribut d'un utilisateur ou d'une session.

Exemple : « Je regarde les dimensions comme le navigateur, la zone géographique et la page de destination pour mieux comprendre qui s'intéresse à ma chambre Louis XIV. » (Voir la section Dimensions courantes ci-dessous.)

Statistiques courantes

Utilisateurs/Visiteurs : nombre total de personnes ayant visité votre site Web ou votre application.

Exemple : « Le site Web de mon gîte a obtenu 3 000 visiteurs le mois dernier ! »

Sessions/Visites : nombre total de sessions sur votre site Web ou votre application.

Exemple : « Trois mille personnes ont visité le site Web de mon gîte à plusieurs reprises le mois dernier. J'ai obtenu plus de 5 000 sessions ! »

Pages vues : nombre total de pages consultées par les utilisateurs de votre site Web. Dans le cadre des applications mobiles, cette statistique est parfois appelée " écrans vus ".

Exemple : « Le mois dernier, mon site Web a obtenu 5 000 sessions et 20 000 pages vues. Presque toutes ces pages vues correspondaient à la page de la chambre Fans de foot ! »

Taux de rebond : pourcentage de sessions durant lesquelles le visiteur n'interagit pas du tout avec votre site ou votre application après son arrivée dessus.

Exemple : « J'ai ajouté une vidéo de bienvenue sur mon site, mais les gens semblent partir au bout de quelques secondes seulement. Le taux de rebond est élevé. J'imagine qu'ils préfèrent les vidéos montrant les chambres. »

Pages par session : nombre moyen de pages vues pendant une session. En général, un nombre élevé indique que les gens lisent plus de contenu ou sont plus actifs sur votre site Web. On appelle également cette statistique " profondeur de page ".

Exemple : « J'ai bien fait de créer une page de témoignages pour mes hôtes. Ça a vraiment augmenté l'intérêt des visiteurs. Le nombre moyen de pages par session est passé de 3 à 12 ! »

Durée moyenne des sessions : durée moyenne d'une session sur votre site Web. On la mesure en minutes et secondes. En général, plus une section est longue, plus le visiteur est intéressé.

Exemple : « Depuis que j'ai mis en ligne des vidéos montrant les chambres, la durée moyenne des sessions de mon site Web est passée de 2 minutes à 8 minutes et 32 secondes ! »

Objectifs/Conversions : nombre total d'actions suivies effectuées avec succès par les visiteurs de votre site Web.

Exemple : « Depuis que j'ai commencé à suivre les conversions sur le site Web de mon gîte, je peux voir combien de visiteurs ont réservé une chambre en ligne, se sont inscrits à ma newsletter par e-mail, ont rempli un formulaire de contact et ont téléchargé ma brochure gratuite. »

Taux de conversion : ratio conversions/visites. En général, un taux de conversion élevé indique une bonne performance.

Exemple : « Après quelques améliorations apportées à mon site Web, j'ai eu le plaisir de constater que mon taux de conversion pour les réservations de la chambre Romance moderne était passé de 1 à 5 %. »

Revenu : valeur des ventes effectuées sur un site d'achat en ligne. Si votre site Web n'est pas un site d'e-commerce, cette statistique ne vous concerne pas.

Exemple : « Si le revenu généré par ma chambre Fans de foot continue à ce rythme, je pourrai prendre ma retraite à 97 ans ! »

Dimensions courantes

Situation géographique : région géographique de l'utilisateur. On peut souvent connaître les données géographiques des utilisateurs d'un site Web, voire jusqu'à leur ville.

Exemple : « Il est intéressant de voir que la page de ma chambre Louis XIV attire plutôt les visiteurs du Nord de la France. Tandis que les personnes situées dans le Sud du pays ont l'air de préférer la chambre Romance moderne. »

Langue : paramètres linguistiques du navigateur de l'utilisateur.

Exemple : Le pourcentage des visiteurs de mon site ayant choisi l'anglais comme langue par défaut pour leur navigateur est en hausse. »

Navigateur : logiciel utilisé par un visiteur pour naviguer sur Internet. Chrome, Firefox, Internet Explorer et Safari en sont quelques exemples.

Exemple : « Je peux utiliser mes outils d'analyse d'audience pour voir combien de personnes visitent mon site en utilisant les navigateurs Chrome ou Firefox. »

Système d'exploitation : système d'exploitation de l'appareil qu'utilise le visiteur, comme Windows, Mac, Android ou iOS.

Exemple : « Les internautes utilisant Mac comme système d'exploitation semblent passer plus de temps sur mon site. »

Type d'appareil : catégorie d'appareil utilisé, c'est-à-dire un ordinateur portable, une tablette ou un smartphone.

Exemple : « Mon outil d'analyse d'audience est un excellent moyen de connaître les appareils les plus utilisés par les internautes pour voir mes vidéos sur les chambres. Les tablettes ont l'air particulièrement populaires. »

Source de trafic : source spécifique ayant conduit l'utilisateur sur votre site Web, tel qu'un moteur de recherche, un réseau social ou tout autre site Web ayant publié un lien vers votre site. Remarque : de nombreux outils d'analyse d'audience, notamment Google Analytics, permettent de connaître très précisément la répartition des sources de trafic.

Exemple : « Hier, la principale source de trafic pour mon site était Twitter. La vidéo de foot de mon blog a dû devenir virale ! »

Campagne : efforts marketing spécifiques ayant conduit un utilisateur vers votre site Web.

Exemple : « J'ai augmenté mon activité en créant des campagnes utilisant de nombreux mots-clés en lien avec Louis XIV. »

Mot-clé : terme spécifique recherché par un utilisateur avant d'arriver sur votre site Web.

Exemple : « Les mots-clés "luxueuse escapade romantique" donnent d'excellents résultats pour mon site. »

Page de destination : première page vue par un utilisateur lorsqu'il arrive sur votre site Web.

Exemple : « Je reçois plus d'appels depuis que j'ai ajouté le numéro de téléphone de mon gîte sur la page de destination. »

Page de sortie : dernière page consultée par un utilisateur avant qu'il quitte votre site Web.

Exemple : « L'analyse d'audience m'indique que la page de sortie la plus fréquente pour mon site Web est celle avec la vidéo de bienvenue. Elle est peut-être trop longue à charger. »

Page : page spécifique vue par un visiteur. On la désigne souvent par son URL.

Exemple : « La page la plus populaire de mon site Web est celle de ma chambre Louis XIV. »