



# Formation Google Analytics

# Les outils nécessaires

- Accès à Internet
- Accès au code HTML de votre site Web
- Notions de base sur le code HTML

OU

- Collaboration avec le webmaster de votre organisation

# Table des matières

Création de votre compte Analytics (p. 4)

Création des objectifs (p. 15)

Marquage automatique (p. 25)

Activation du suivi du commerce électronique sur votre site (p. 30)

Suivi des transactions sur des sites tiers (p. 33)

Rapports Google Analytics (p. 35)

Sources d'information supplémentaires (p. 45)



# Création de votre compte Analytics

Dans cette section, vous apprendrez à :

- vous connecter à votre compte Analytics gratuit ;
- configurer les paramètres de votre profil ;
- ajouter des utilisateurs à votre compte ;
- ajouter le code de suivi à votre site Web.

# Créer un compte Google Analytics

Gestion de campagne | **Rapports** | Analytics | Mon compte

Mise en route Centre d'aide Analytics

### Améliorez votre site et augmentez votre retour sur investissement marketing.

Nous souhaitons vous aider à attirer un trafic qualifié et à transformer plus de visiteurs en clients.

Google Analytics vous aide à comprendre quelles sont les initiatives marketing les plus rentables et comment les visiteurs se comportent sur votre site. Informez-vous avant de modifier la conception de votre site, attirez un trafic qualifié et augmentez vos conversions et vos bénéfices.

Inscrivez-vous dès maintenant : c'est facile et gratuit !

- Créer mon compte Google Analytics gratuit
- Je dispose déjà d'un compte Google Analytics. Merci de l'associer à ce compte AdWords.

Google Analytics Dashboard (Feb 20, 2007 - Mar 22, 2007)

**Site Usage**

- Visites: 88,821
- Pages: 189,579
- Pages/Visite: 2.13
- Avg. Time on Site: 00:01:48
- Source: 70.06%
- New Visits: 73.36%

**Content Overview**

Page	Pageviews	% Pageviews
http://www.google.com/	20,000	22.51%
http://www.google.com/search	7,000	7.88%
http://www.google.com/ads	3,010	3.39%
http://www.google.com/ads/	5,520	6.21%

**Traffic Sources Overview**

Source	Visits	% of Total
Referring Site	62,100	70.06%
Search Engines	20,000	22.51%
Direct	7,000	7.88%
Other	3,010	3.39%

**Map Overlay world**

## Questions courantes

- [Quelle est la différence entre Google Analytics et le suivi des conversions AdWords ?](#)
- [Comment Google Analytics peut-il m'aider à gérer mon compte AdWords ?](#)
- [Combien coûte Google Analytics ?](#)
- [Google Analytics aura-t-il une incidence sur mon site Web ?](#)
- [Qui peut accéder à mes données Google Analytics ?](#)

# Créer un compte Google Analytics

Gestion de campagne   Rapports   **Analytics**   Mon compte

Mise en route [Centre d'aide Analytics](#)

## Associer à un compte existant sur Google Analytics

Si vous possédez déjà un compte Google Analytics sur <https://www.google.fr/analytics/home/>, sélectionnez un compte ci-dessous. Si vous n'avez pas de compte, cliquez sur Annuler et suivez les instructions permettant de créer un compte Google Analytics.

Compte Google Analytics existant: 

Marquage automatique des URL de destination:  Marquer automatiquement mes URL de destination en incluant des informations supplémentaires utiles dans les rapports d'analyse. [Pour en savoir plus.](#)

Appliquer les données de coût:  Appliquez automatiquement vos données de coût AdWords à tous les profils de ce compte Google Analytics pour le calcul de vos données de rapport.

 **Remarque :** Vous devez disposer des droits d'administrateur pour lier un compte Google Analytics existant. Si vous ne trouvez pas le compte que vous cherchez, c'est que celui-ci a peut-être été créé avec un autre nom d'utilisateur, ou qu'il a déjà été associé à un autre compte AdWords. [Pour en savoir plus.](#)



### Questions courantes

- [Combien coûtera Google Analytics une fois que je l'aurai associé à mon compte Urchin.com ?](#)
- [Mon compte Google Analytics sera-t-il modifié si je le lie à AdWords ?](#)
- [Comment puis-je lier mes comptes Google Analytics et AdWords si je ne suis pas administrateur de compte ?](#)
- [Les utilisateurs de mon compte Google Analytics ont-ils accès à mon compte AdWords ?](#)
- [Si je lie mon compte Google Analytics à AdWords, aurai-je toujours accès à \[www.google.com/analytics/fr-FR/\]\(http://www.google.com/analytics/fr-FR/\) ?](#)

# Créer un compte Google Analytics



**Le suivi de votre site Web n'a pas encore été validé: www.monsite.fr**

Cliquez sur « Vérifier l'état » pour vérifier si le code de suivi a été ajouté correctement à la page d'accueil de votre site Web. Vous obtiendrez également les instructions pour effectuer le suivi de votre site Web en cliquant sur « Vérifier l'état ».



Vérifier l'état

## Paramètres Analytics - www.monsite.fr [\(Modifier un compte Analytics\)](#)

Cette page vous permet de gérer vos profils de sites Web, de créer des filtres personnalisés ou prédéfinis et de contrôler l'accès à vos rapports Analytics.

Profils de site Web				
<< Préc. 1 - 1 / 1 Suivant >>		Afficher 10	Rechercher	 
Nom	Rapports	Paramètres	Supprimer	État
1. www.monsite.fr	<a href="#">Afficher les rapports</a>	<a href="#">Modifier</a>	Supprimer	<b>Tracking code not verified</b> <a href="#">Vérifier l'état</a> Objectifs de conversion (0)

### [Ajouter un profil de site Web »](#)

Effectuer le suivi d'un autre site Web avec Analytics

### [Gestionnaire d'accès »](#)

Nombre d'utilisateurs: 1  
Ajouter des utilisateurs pour leur autoriser l'accès à vos rapports et à vos paramètres de rapports Analytics. [Pour en savoir plus.](#)

### [Gestionnaire de filtres »](#)

Nombre de filtres: 0  
Des filtres peuvent être créés, notamment pour inclure ou exclure certaines visites ou clics de vos rapports ou pour reconstruire une URL dynamique plus explicite pour l'affichage dans les rapports. [Pour en savoir plus.](#)

## Liens utiles

- [Nouveautés de Google Analytics](#)
- [Comment puis-je m'assurer d'avoir correctement entré le code de suivi dans mes pages ?](#)
- [Aucune donnée n'apparaît dans mes rapports.](#)
- [Qu'est-ce qu'un profil de site Web et que puis-je en faire ?](#)
- [Comment puis-je effectuer le suivi d'un nouveau site Web ?](#)
- [Comment puis-je définir des objectifs ?](#)
- [Qu'est-ce qu'un filtre ?](#)
- [Comment puis-je exclure le trafic interne de mes rapports ?](#)

# Configurer votre profil



**Le suivi de votre site Web n'a pas encore été validé: www.monsite.fr**

Cliquez sur « Vérifier l'état » pour vérifier si le code de suivi a été ajouté correctement à la page d'accueil de votre site Web. Vous obtiendrez également les instructions pour effectuer le suivi de votre site Web en cliquant sur « Vérifier l'état ».

Vérifier l'état

## Paramètres Analytics - www.monsite.fr [\(Modifier un compte Analytics\)](#)

Cette page vous permet de gérer vos profils de sites Web, de créer des filtres personnalisés ou prédéfinis et de contrôler l'accès à vos rapports Analytics.

Profils de site Web				
<< Préc. 1 - 1 / 1 Suivant >>		Afficher 10	Rechercher	 
Nom	Rapports	Paramètres	Supprimer	État
1. www.monsite.fr	<a href="#">Afficher les r...</a> 	<a href="#">Modifier</a>	Supprimer	<b>Tracking code not verified</b> <a href="#">Vérifier l'état</a> Objectifs de conversion (0)

### [Ajouter un profil de site Web »](#)

Effectuer le suivi d'un autre site Web avec Analytics

### [Gestionnaire d'accès »](#)

Nombre d'utilisateurs: 1  
Ajouter des utilisateurs pour leur autoriser l'accès à vos rapports et à vos paramètres de rapports Analytics. [Pour en savoir plus.](#)

### [Gestionnaire de filtres »](#)

Nombre de filtres: 0  
Des filtres peuvent être créés, notamment pour inclure ou exclure certaines visites ou clics de vos rapports ou pour reconstruire une URL dynamique plus explicite pour l'affichage dans les rapports. [Pour en savoir plus.](#)

## Liens utiles

- [Nouveautés de Google Analytics](#)
- [Comment puis-je m'assurer d'avoir correctement entré le code de suivi dans mes pages ?](#)
- [Aucune donnée n'apparaît dans mes rapports.](#)
- [Qu'est-ce qu'un profil de site Web et que puis-je en faire ?](#)
- [Comment puis-je effectuer le suivi d'un nouveau site Web ?](#)
- [Comment puis-je définir des objectifs ?](#)
- [Qu'est-ce qu'un filtre ?](#)
- [Comment puis-je exclure le trafic interne de mes rapports ?](#)

**URL :** adresse du site Web. Exemple : <http://www.google.fr>.

# Configurer votre profil

## Paramètres des profils: creusat.com sans filtres

✓ Réception de données ([Vérifier l'état](#))

### Informations sur le profil du site principal

[Modifier](#)

URL du site Web:  
Page par défaut:  
Pays ou territoire du fuseau horaire: France  
Fuseau horaire: (GMT+01:00) Heure d'Europe centrale  
Exclure les paramètres de requête de l'URL:  
Site Web de commerce électronique: Non  
Devise: Euros (EUR €)  
Appliquer les données de coût: Non

### Objectifs de conversion et cheminement des visiteurs [?]

Sélectionnez jusqu'à 4 objectifs de conversion pour ce profil et définissez les pages du cheminement des visiteurs menant à chaque objectif.

Nom de l'objectif	URL	Objectif actif	Paramètres
G1 (objectif non configuré)		Désactivé	<a href="#">Modifier</a>
G2 (objectif non configuré)		Désactivé	<a href="#">Modifier</a>
G3 (objectif non configuré)		Désactivé	<a href="#">Modifier</a>
G4 (objectif non configuré)		Désactivé	<a href="#">Modifier</a>

### Filtres appliqués au profil [?]

[+ Ajouter un filtre](#)

Nom du filtre	Type de filtre	Paramètres	Supprimer
0 Filtre. Des filtres peuvent être créés, pour exclure certains clics/visites de vos rapports, pour n'inclure que les clics/visites correspondant(e)s ou pour reconstruire une URL dynamique plus explicite lorsqu'elle est affichée dans des rapports. <a href="#">Pour en savoir plus.</a>			

### Utilisateurs avec accès au profil [?]

[+ Ajouter un utilisateur](#)

Adresse e-mail utilisateur	Nom et prénom	Type d'utilisateur	Paramètres	Supprimer
1.		Administrateur	<a href="#">Modifier</a>	Supprimer

**URL** : adresse du site Web. Exemple : <http://www.google.fr>.

# Configurer votre profil

## Modifier les informations relatives au profil

Nom du profil:	<input type="text"/>	
URL du site Web:	<input type="text"/>	(par exemple, http://www.monsite.com/)
Page par défaut [?]:	<input type="text"/>	(par exemple, index.html) ←
Pays ou territoire du fuseau horaire:	France	
Fuseau horaire:	(GMT+01:00) Heure d'Europe centrale	
Exclure les paramètres de requête de l'URL:	<input type="text"/>	(par exemple sid, sessionid, vid, etc.)
Site Web de commerce électronique:	<input type="radio"/> Oui <input checked="" type="radio"/> Non ←	
Devise:	<input type="text" value="Euros (EUR €)"/> ▼	Chiffres après la virgule <input type="text" value="2"/> ▼
	<input type="radio"/> Afficher le symbole monétaire <b>avant</b> le montant	
	<input checked="" type="radio"/> Afficher le symbole monétaire <b>après</b> le montant	
Appliquer les données de coût:	<input checked="" type="checkbox"/>	

←

**URL** : adresse du site Web. Exemple : http://www.google.fr.

# Gérer l'accès des autres utilisateurs

Utilisateurs avec accès au profil <a href="#">?</a>					
			 <a href="#">+ Ajouter un utilisateur</a>		
	Adresse e-mail utilisateur	Nom et prénom	Type d'utilisateur	Paramètres	Supprimer
1.			Administrateur	<a href="#">Modifier</a>	Supprimer
2.			Administrateur	<a href="#">Modifier</a>	Supprimer
3.			Administrateur	<a href="#">Modifier</a>	Supprimer

# Gérer l'accès des autres utilisateurs

## Créer un nouvel accès utilisateur

Entrez ci-dessous les informations relatives à l'utilisateur pour autoriser l'accès aux rapports et aux paramètres de rapports et éventuellement pour attribuer les droits d'administrateur de compte.

### Entrer les informations utilisateur

Adresse e-mail:  (Doit être un compte Google. [Pour en savoir plus.](#))

Nom:

Prénom:

Type d'accès:  

### Autoriser l'accès à

Profils de site Web disponibles

Profils de site Web sélectionnés





Notez que les Administrateurs de comptes ont accès à **tous** les rapports et profils de votre compte.



Notez que cet utilisateur n'aura accès qu'à la section d'analyse Web de ce compte et devra se connecter à partir de la page [www.google.com/analytics/fr-FR/](http://www.google.com/analytics/fr-FR/). [Pour en savoir plus.](#)

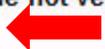


# Ajouter le code de suivi à votre site Web

**Paramètres Analytics - creusat.com** ([Modifier un compte Analytics](#))  
Cette page vous permet de gérer vos profils de sites Web, de créer des filtres personnalisés ou prédéfinis et de contrôler l'accès à vos rapports Analytics.

**Profils de site Web**

<< Préc. 1 - 4 / 4 Suivant >>      Afficher 10    Rechercher     + -

	Nom	Rapports	Paramètres	Supprimer	État
1.	www.monsite.fr	<a href="#">Afficher les rapports</a>	<a href="#">Modifier</a>	<a href="#">Supprimer</a>	✓ Réception de données Objectifs de conversion (0)
2.	www.monsite.fr - AdWords uniquement	<a href="#">Afficher les rapports</a>	<a href="#">Modifier</a>	<a href="#">Supprimer</a>	✓ Réception de données Objectifs de conversion (0)
3.	blog.monsite.fr	<a href="#">Afficher les rapports</a>	<a href="#">Modifier</a>	<a href="#">Supprimer</a>	✓ Réception de données Objectifs de conversion (3)
4.	www.monsiteweb.fr	<a href="#">Afficher les rapports</a>	<a href="#">Modifier</a>	<a href="#">Supprimer</a>	<b>Tracking code not verified</b> <a href="#">Vérifier l'état</a>  Objectifs de conversion (0)

# Ajouter le code de suivi à votre site Web

```
</div></div>
<!-- End #sidebar -->

</div>
<!-- End #content -->

<script src="http://www.google-analytics.com/urchin.js" type="text/javascript">
</script>
<script type="text/javascript">
_uacct = "UA-113697-1";
urchinTracker();
</script>

</body>
</html>
```



## Création des objectifs et des entonnoirs de conversion

Cette section vous permettra de :

- comprendre ce qu'est un objectif ;
- déterminer des objectifs adaptés ;
- définir un objectif ;
- définir un objectif avancé.

# Introduction aux objectifs

**Objectif** : page qu'un visiteur atteint après avoir effectué une action.

Vos objectifs dépendent de votre site Web et des actions que les visiteurs sont susceptibles de réaliser sur ce dernier. Les objectifs sont souvent appelés **conversions**.

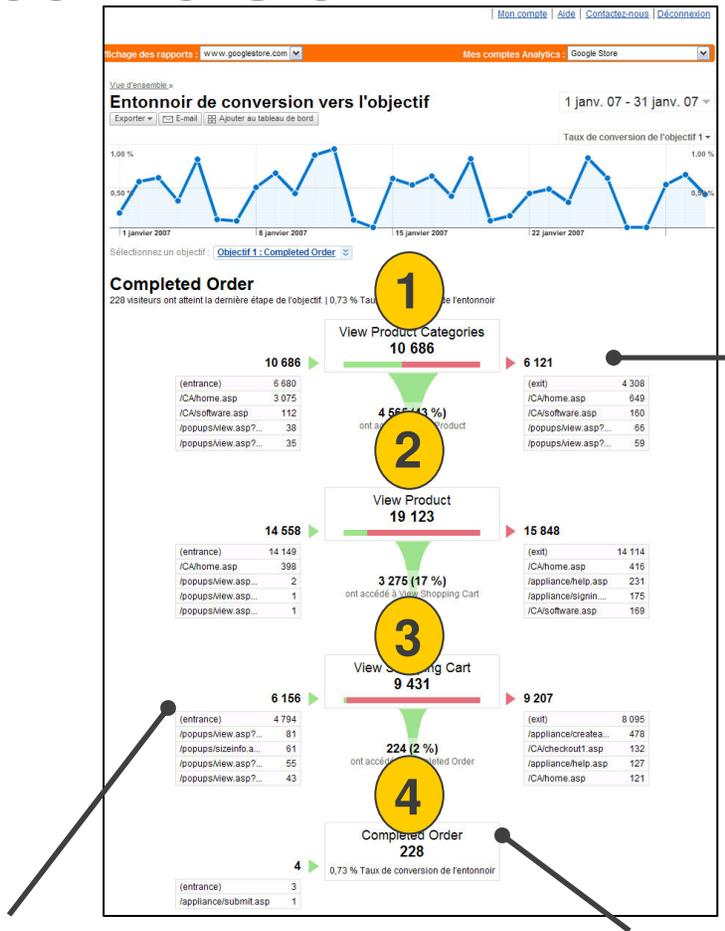
*Exemples d'objectifs classiques :*

- Page de confirmation d'un don
- Confirmation d'abonnement à une lettre d'information
- Toute autre page vers laquelle vous souhaitez orienter les visiteurs

**Objectif** : page de votre site que les visiteurs atteignent après avoir effectué l'action qui vous intéresse. Exemple : une page de remerciements.

**Conversion** : tout objectif atteint équivaut à une conversion.

# Points d'entrée et de sortie de vos entonnoirs de conversion



Internautes quittant votre site

**Ce rapport répond aux questions suivantes :**

- À quelle étape du processus les internautes abandonnent-ils le plus fréquemment ?
- Existe-t-il des éléments dans la conception de mon site ou de mes pages qui découragent les clients ?
- Quels sont les chemins d'accès conduisant au plus grand nombre de conversions ?

Internautes entrant dans votre site

Objectif défini

**Entonnoir de conversion :** ensembles de pages successives qu'un visiteur consulte avant d'atteindre votre page d'objectif.

**Point d'abandon :** page de votre site que les internautes ont consultée avant de quitter vos pages.

**Point d'entrée :** page de votre site que les visiteurs consultent en premier. Il ne s'agit pas nécessairement de votre page d'accueil.

# Avantages des objectifs

- Déterminer facilement le nombre d'internautes atteignant une page donnée
- Savoir à quelle étape du processus les visiteurs abandonnent
- Améliorer le contenu et la conception du site sur la base de ces informations
- Vos objectifs vous permettent de prendre des décisions marketing avisées en vous indiquant :
  - la campagne publicitaire ou le site référent ayant généré le plus grand nombre de conversions ;
  - la zone géographique dans laquelle les visiteurs se situent ;
  - les mots clés ayant entraîné des conversions d'objectif.

**Site référent** : source ayant dirigé des visiteurs vers votre site. Il peut s'agir d'un moteur de recherche, d'un lien situé sur un autre site, d'une annonce, etc.

# Configurer vos objectifs

Gestion de campagne | Rappports | **Analytics** | Compte

Paramètres Analytics | [Afficher les rapports](#): Cliquez pour sélectionner un profil de site Web

## Paramètres Analytics - monSite.fr [\(Modifier un compte Analytics\)](#)

Cette page vous permet de gérer vos profils de sites Web, de créer des filtres personnalisés ou prédéfinis et de contrôler l'accès à vos rapports Analytics.

Profils de site Web					
« Préc. 1 - 4 / 4 Suivant »		Afficher 10 <input type="text"/>		Rechercher <input type="text"/> <input type="button" value="+"/> <input type="button" value="-"/>	
Nom	Rappports	Paramètres	Supprimer	État	
1. mapage.fr	<a href="#">Afficher les rapports</a>	<a href="#">Modifier</a>	<a href="#">Supprimer</a>	✓ Réception de données Objectifs de conversion (0)	
2. mapage.fr - sans filtres	<a href="#">Afficher les rapports</a>	<a href="#">Modifier</a>	<a href="#">Supprimer</a>	✓ Réception de données Objectifs de conversion (0)	
3. monsite.fr	<a href="#">Afficher les rapports</a>	<a href="#">Modifier</a>	<a href="#">Supprimer</a>	✓ Réception de données Objectifs de conversion (3)	



# Configurer vos objectifs

## Objectifs de conversion et cheminement des visiteurs [\[?\]](#)

Sélectionnez jusqu'à 4 objectifs de conversion pour ce profil et définissez les pages du cheminement des visiteurs menant à chaque objectif.

	Nom de l'objectif	URL	Objectif actif	Paramètres
G1	(objectif non configuré)		Désactivé	<a href="#">Modifier</a>
G2	(objectif non configuré)		Désactivé	<a href="#">Modifier</a>
G3	(objectif non configuré)		Désactivé	<a href="#">Modifier</a>
G4	(objectif non configuré)		Désactivé	<a href="#">Modifier</a>



# Configuration des objectifs – Informations relatives à l'objectif

Gestion de campagne | Rapports | **Analytics** | Mon compte

Paramètres Analytics | Afficher les rapports:  ▼

[Paramètres Analytics](#) > [Paramètres des profils](#) > Paramètres de l'objectif

## Paramètres de l'objectif: G1

Entrer les informations relatives à l'objectif

URL de la page d'objectif:  (exemple : http://www.monsite.fr/merci.html)  
L'utilisateur a atteint l'objectif de conversion lorsqu'il accède à cette page (commande terminée, inscription confirmée, etc.).

Nom de l'objectif:   
Le nom de l'objectif apparaîtra dans les rapports de conversion.

Objectif actif:  Activé  Désactivé

# Configuration des objectifs – Définition de l'entonnoir

## Définir un cheminement des visiteurs (facultatif)

Un cheminement des visiteurs est une série de pages conduisant à l'URL de la page d'objectif. Vous pouvez, par exemple, définir les étapes de commande jusqu'à l'achat comme cheminement des visiteurs. Dans ce cas, le cheminement des visiteurs ne comporterait probablement pas de pages de produits mais se constituerait plutôt des dernières pages communes à toutes les transactions.



Le rapport Navigation dans un cheminement des visiteurs défini permet de déterminer si vous retenez efficacement les visiteurs tout au long de la procédure de conversion.

	URL	Nom	
Étape 1	<input type="text" value="http://www.monsiteweb.fr/"/>	<input type="text" value="Accueil"/>	<input type="checkbox"/> Étape obligatoire
Étape 2	<input type="text" value="http://www.monsiteweb.fr/dons.html"/>	<input type="text" value="Page de dons"/>	
Étape 3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Étape 4	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Étape 5	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Étape 6	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Étape 7	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Étape 8	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Étape 9	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Étape 10	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Objectif (voir ci-dessus)	<input type="text" value="http://www.monsiteweb.fr/merci.html"/>	<input type="text" value="vente effectuée"/>	

**Transaction :** conversion enregistrée sur votre page d'objectif. Exemple : un visiteur peut faire quatre dons lors d'une même visite sur votre site et ne générer qu'une seule conversion, s'il n'atteint la page d'objectif qu'une fois. Toutefois, quatre transactions individuelles seront comptabilisées.

# Paramètres supplémentaires

**Paramètres complémentaires**

Sensible à la casse  ← Exemple : home.htm ou Home.htm  
La casse des URL entrées précédemment doit correspondre exactement à celle des URL visitées.

Type de ciblage  ↓ ←

Valeur de l'objectif  ←

←

**URL dynamique :** URL obtenue par le biais de la recherche d'un site Web géré par base de données ou URL d'un site Web exécutant un script.

**Types de ciblage :** les types de ciblage décrivent les paramètres d'URL de vos pages. Les trois types de ciblage disponibles sont définis dans le Centre d'aide.

# Fonctions avancées des objectifs

- Définissez les étapes de vos entonnoirs de conversion avec une seule URL.
- Regroupez les données relatives à un groupe de pages dans une seule étape de votre entonnoir. Par exemple :
  1. Page d'accueil
  2. Page spécifique à un produit (T-shirts, pantalons, chapeaux, etc.)
  3. Page de paiement
  4. Objectif : page de remerciements

Vous pouvez définir :

- 4 objectifs par profil
- 10 étapes par objectif

**Flash** : logiciel de conception permettant de créer des animations Web à diffuser sur votre site.



## Marquage automatique

Cette section vous apprendra à :

- Mettre en œuvre le marquage automatique dans votre compte Analytics

# Marquage automatique

Gestion de campagne | Rapports | **Analytics** | Mon compte 

Paramètres Analytics | [Afficher les rapports](#): Cliquez pour sélectionner un profil de site Web

## Paramètres Analytics - monSite.fr [\(Modifier un compte Analytics\)](#)

Cette page vous permet de gérer vos profils de sites Web, de créer des filtres personnalisés ou prédéfinis et de contrôler l'accès à vos rapports Analytics.

Profils de site Web					
<< Préc. 1 - 4 / 4 Suivant >>		Afficher <input type="text" value="10"/>		Rechercher <input type="text"/>	
Nom	Rapports	Paramètres	Supprimer	État	
1. mapage.fr	<a href="#">Afficher les rapports</a>	<a href="#">Modifier</a>	<a href="#">Supprimer</a>	✓ Réception de données Objectifs de conversion (0)	
2. mapage.fr - sans filtres	<a href="#">Afficher les rapports</a>	<a href="#">Modifier</a>	<a href="#">Supprimer</a>	✓ Réception de données Objectifs de conversion (0)	
3. monsite.fr	<a href="#">Afficher les rapports</a>	<a href="#">Modifier</a>	<a href="#">Supprimer</a>	✓ Réception de données Objectifs de conversion (3)	

**Marquage automatique** : option de votre compte AdWords lié qui active l'inclusion des balises pour tous les mots clés de votre compte, afin que Google Analytics puisse établir des rapports concernant leurs performances. Cela vous permet de gagner du temps et vous épargne l'activation manuelle de vos mots clés.

# Marquage automatique



Gestion de campagne

Rapports

Analytics

Mon compte

[Récapitulatif de facturation](#) | [Préférences de facturation](#) | [Accès](#) | [Préférences de compte](#)

## Préférences de compte

Préférences d'utilisateur pour **email@gmail.com**

Informations de connexion - [modifier dans les Comptes Google](#) »

Adresse électronique : email@gmail.com

Mot de passe : \*\*\*\*\*

[Remplacer les informations de connexion par celles d'un autre compte Google](#)

Paramétrage des notifications - [modifier](#)

E-mail : email@gmail.com

► [Sujets et méthodes de notification \(en ligne, e-mail, téléphone mobile\)](#)

Préférences linguistiques - [modifier](#)

Langue d'affichage : Français

Niveau d'accès

Accès Administrateur  [Comment puis-je modifier mon niveau d'accès ?](#)

Préférences de compte

Ces paramètres ont une incidence sur tous les utilisateurs de ce compte AdWords. Vérifiez les personnes accédant à ce compte à l'aide de l'onglet [Accès](#) ci-dessus.

Fuseau horaire

(GMT+01:00) Paris

ID PharmacyChecker - [modifier](#)

ID PharmacyChecker : Aucun ID

Suivi - [modifier](#)

Marquage automatique : Non merci

Conditions générales - Google AdWords

Lisez le [document imprimable](#). (S'ouvre dans une nouvelle fenêtre.)

**Marquage automatique** : option de votre compte AdWords lié qui active l'inclusion des balises pour tous les mots clés de votre compte, afin que Google Analytics puisse établir des rapports concernant leurs performances. Cela vous permet de gagner du temps et vous épargne l'activation manuelle de vos mots clés.

# Marquage automatique



Google AdWords

Gestion de campagne | Rapports | Analytics | **Mon compte**

[Récapitulatif de facturation](#) | [Préférences de facturation](#) | [Accès](#) | [Préférences de compte](#)

### Analytics - Options

**Marquage automatique des URL de destination**  
Marquer automatiquement mes URL de destination en incluant des informations supplémentaires utiles dans les rapports d'analyse.

**Marquage automatique** : option de votre compte AdWords lié qui active l'inclusion des balises pour tous les mots clés de votre compte, afin que Google Analytics puisse établir des rapports concernant leurs performances. Cela vous permet de gagner du temps et vous épargne l'activation manuelle de vos mots clés.

# Marquage automatique



Gestion de campagne | Rapports | Analytics | **Mon compte**

[Récapitulatif de facturation](#) | [Préférences de facturation](#) | [Accès](#) | [Préférences de compte](#)

## Préférences de compte

Préférences d'utilisateur pour **email@gmail.com**

**Informations de connexion** - [modifier dans les Comptes Google »](#)

Adresse électronique : email@gmail.com  
Mot de passe : \*\*\*\*\*  
[Remplacer les informations de connexion par celles d'un autre compte Google](#)

---

**Paramétrage des notifications** - [modifier](#)

E-mail : email@gmail.com  
[► Sujets et méthodes de notification \(en ligne, e-mail, téléphone mobile\)](#)

---

**Préférences linguistiques** - [modifier](#)

Langue d'affichage : Français

---

**Niveau d'accès**

Accès Administrateur  [Comment puis-je modifier mon niveau d'accès ?](#)

**Préférences de compte**

Ces paramètres ont une incidence sur tous les utilisateurs de ce compte AdWords. Vérifiez les personnes accédant à ce compte à l'aide de l'onglet [Accès](#) ci-dessus.

**Fuseau horaire**

(GMT+01:00) Paris

---

**ID PharmacyChecker** - [modifier](#)

ID PharmacyChecker : Aucun ID

**Suivi** - [modifier](#)

Marquage automatique :  Oui

**Conditions générales - Google AdWords**

Lisez le [document imprimable](#). (S'ouvre dans une nouvelle fenêtre.)

**Marquage automatique** : option de votre compte AdWords lié qui active l'inclusion des balises pour tous les mots clés de votre compte, afin que Google Analytics puisse établir des rapports concernant leurs performances. Cela vous permet de gagner du temps et vous épargne l'activation manuelle de vos mots clés.



## Activation du suivi du commerce électronique sur votre site

Cette section vous apprendra à :

- Activer le suivi du commerce électronique sur votre site

# Activer le suivi du commerce électronique

## Modifier les informations relatives au profil

Nom du profil:	<input type="text" value="www.monsiteweb.fr"/>
URL du site Web:	<input type="text" value="http://www.monsiteweb.fr"/> (par exemple, http://www.monsite.com/)
Page par défaut <a href="#">[?]</a> :	<input type="text" value="index.html"/> (par exemple, index.html)
Pays ou territoire du fuseau horaire:	France
Fuseau horaire:	(GMT+01:00) Heure d'Europe centrale
Exclure les paramètres de requête de l'URL:	<input type="text"/> (par exemple sid, sessionid, vid, etc.)
Site Web de commerce électronique:	<input type="radio"/> Oui <input checked="" type="radio"/> Non
Devise:	Euros (EUR €) <input type="button" value="v"/> Chiffres après la virgule <input type="text" value="2"/> <input type="button" value="v"/> <input checked="" type="radio"/> Afficher le symbole monétaire <b>avant</b> le montant <input type="radio"/> Afficher le symbole monétaire <b>après</b> le montant
Appliquer les données de coût:	<input checked="" type="checkbox"/>

**Enregistrer les modifications**

Annuler

**Commerce électronique** : achats en ligne

**Cookie** : fichier placé sur l'ordinateur des utilisateurs qui visitent votre page. Ce fichier permet d'identifier les utilisateurs qui retournent sur votre site, d'en effectuer le suivi et d'établir des rapports Analytics.

# Activer le suivi du commerce électronique

```
</div>
<!-- End #content -->

<body onLoad="javascript:__utmSetTrans()">
<form style="display:none;" name="utmform"> <textarea id="utmtrans">
UTM:T|[order-id]|[affiliation]|[total]|[tax]|[shipping]|[city]|[state]|[country] DUTM:I|[order-id]
</textarea>
</form>

<script src="http://www.google-analytics.com/urchin.js" type="text/javascript">
</script>
<script type="text/javascript">
_uacct = "UA-243697-1";
urchinTracker();
</script>
```

**Commerce électronique** : achats en ligne

**Cookie** : fichier placé sur l'ordinateur des utilisateurs qui visitent votre page. Ce fichier permet d'identifier les utilisateurs qui retournent sur votre site, d'en effectuer le suivi et d'établir des rapports Analytics.

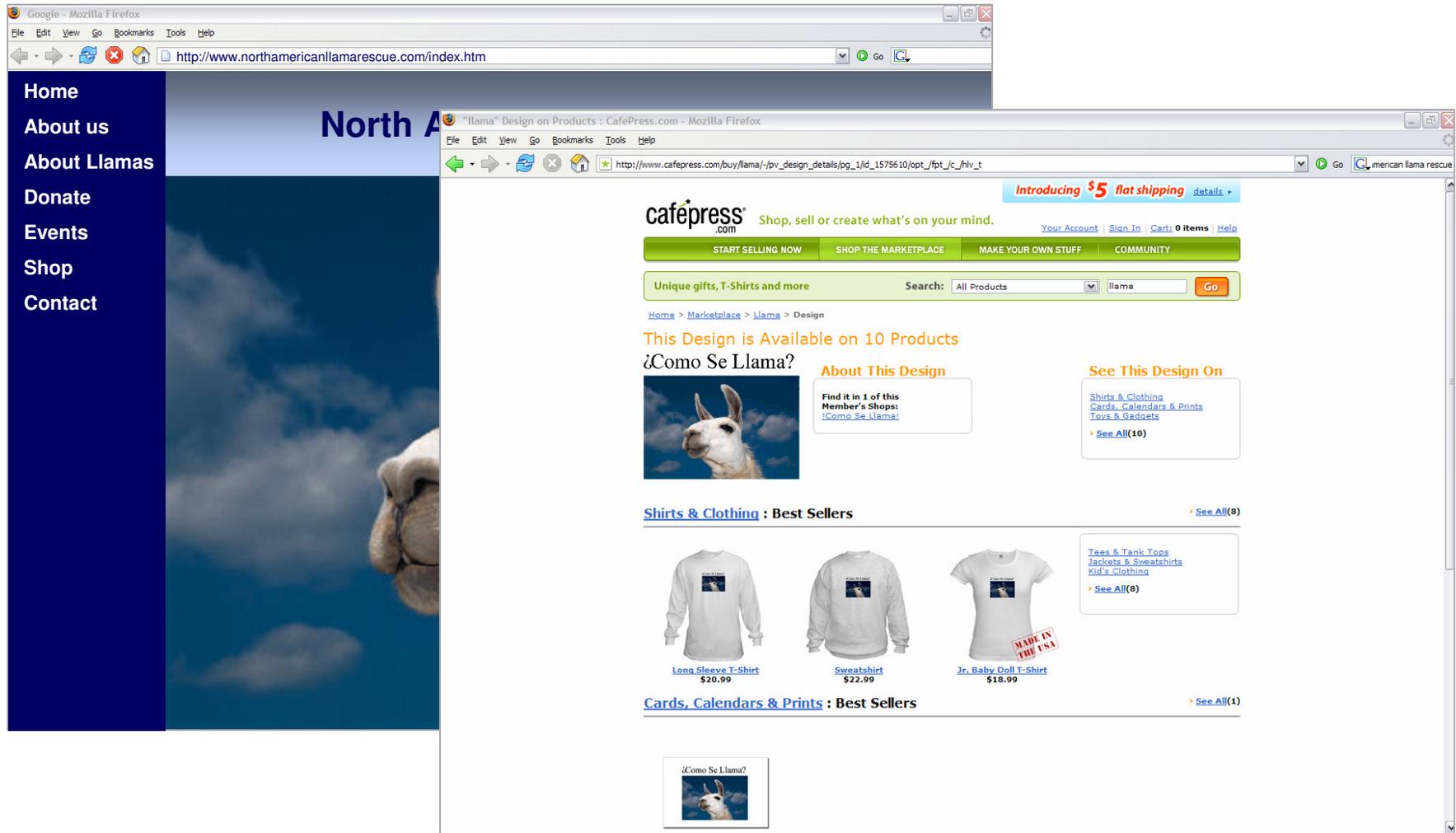


## Suivi des transactions sur des sites tiers

Cette section vous apprendra à :

- Activer le suivi sur des sites tiers

# Suivre vos transactions sur des sites tiers



**Panier électronique tiers** : site Web hébergeant votre page de transaction en ligne.

Exemple : Cafepress pourrait être le site tiers servant de panier à North American Llama Rescue.



## Rapports Analytics

Cette section vous apprendra à :

- Définir des périodes dans Google Analytics
- Extraire un rapport sur les Visiteurs (Section 1)
- Extraire un rapport sur les Sources de trafic (Section 1)
- Extraire un rapport de Conversion par source (Section 2 à 7)

# Outils de création de rapports

[Vue d'ensemble »](#)

## Toutes les sources de trafic

1 août 07 - 31 août 07 ▼



**L'ensemble des sources de trafic a généré 13 966 visites via 149 sources et supports.**

Afficher: [Source/Support](#) ▼

Exporter

Infobulles

Type d'affichage :

Fréquentation du site

[Conversion des objectifs](#)

[E-commerce](#)

E-mail

Ajouter à votre tableau de bord

Tableau

Diagramme circulaire

Diagramme à barres

Graphique comparatif

# Affichage des rapports

Google Analytics

[Mon compte](#) | [Aide](#) | [Contactez-nous](#) | [Déconnexion](#)

Paramètres Analytics | Affichage des rapports :  | Mes comptes Analytics :

**Tableau de bord** 1 août 07 - 31 août 07

Exporter

Visites

**Fréquentation du site**

<b>13 966</b> <a href="#">Visites</a>	<b>31,72 %</b> <a href="#">Taux de rebond</a>
<b>61 803</b> <a href="#">Pages vues</a>	<b>00:05:09</b> <a href="#">Temps moyen passé sur le site</a>
<b>4,43</b> <a href="#">Pages par visite</a>	<b>82,40 %</b> <a href="#">Nouvelles visites (en %)</a>

**Vue d'ensemble des visiteurs**

**12 266** Visiteurs

[Afficher le rapport](#)

**Synthèse géographique**

[Afficher le rapport](#)

**Vue d'ensemble des sources de trafic**  | **Vue d'ensemble du contenu**

**Période** : dates de début et de fin correspondant à l'intervalle de temps que votre rapport doit couvrir.

# Affichage des rapports – Calendrier

- Pour définir une période, cliquez sur la flèche située à côté de la date. La fenêtre du calendrier apparaît.
- Sélectionnez l'onglet "Calendrier".
- Dans le calendrier, cliquez tout d'abord sur la date de début, puis sur la date de fin. Cliquez ensuite sur "Appliquer la plage".

1 août 07 - 31 août 07

Calendrier Chronologie

Juillet

L	M	M	J	V	S	D
25	26	27	28	29	30	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31	1	2	3	4	5

Août

L	M	M	J	V	S	D
31	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Septembre

L	M	M	J	V	S	D
27	28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

Période

01/08/07 - 31/08/07

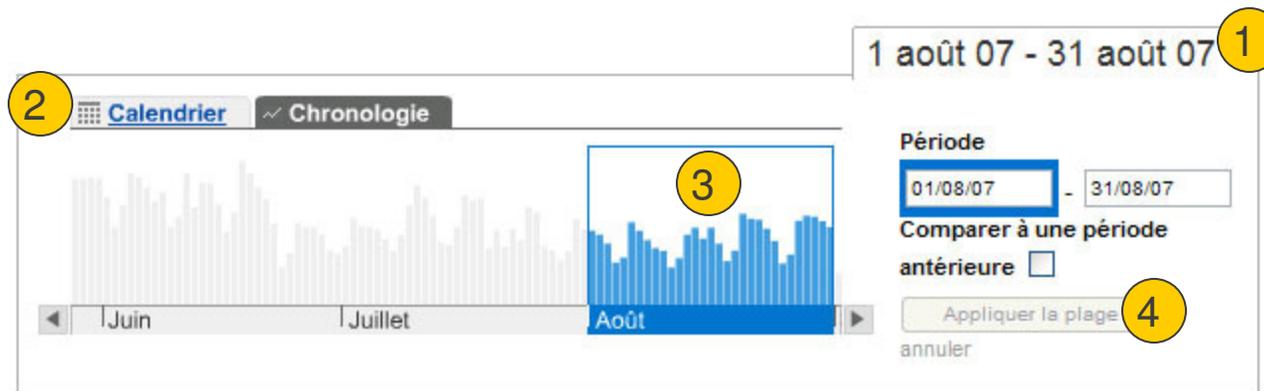
Comparer à une période antérieure

Appliquer la plage

annuler

# Affichage des rapports – Chronologie

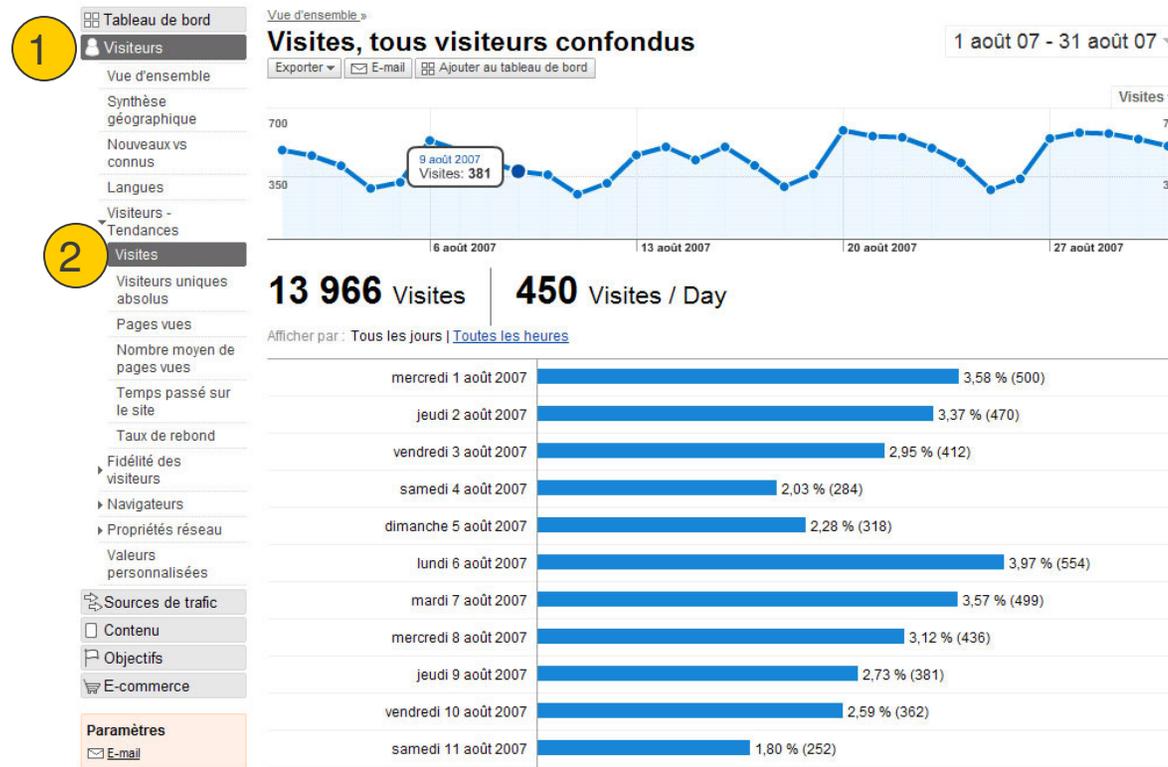
- Pour définir une période pour la chronologie, cliquez sur la flèche située à côté de la date. Une fenêtre apparaît.
- Sélectionnez l'onglet "Chronologie".
- Faites glisser la fenêtre figurant sur le graphique chronologique, afin de sélectionner la zone que vos rapports doivent couvrir.
- Cliquez sur "Appliquer la plage".



# Rapport relatif aux visiteurs

Utilisez la barre de navigation latérale pour :

- Afficher le nombre de pages vues par jour, en moyenne ou en totalité pour la période sélectionnée
- Exporter aux formats .txt, .xml et .exl ou imprimer un rapport



**Visites** : utilisateurs uniques qui visitent votre site.

# Rapport relatif aux sources

Utilisez la barre de navigation latérale pour :

- Afficher les sources ayant généré des visites vers votre page, les sources les plus performantes et leur emplacement



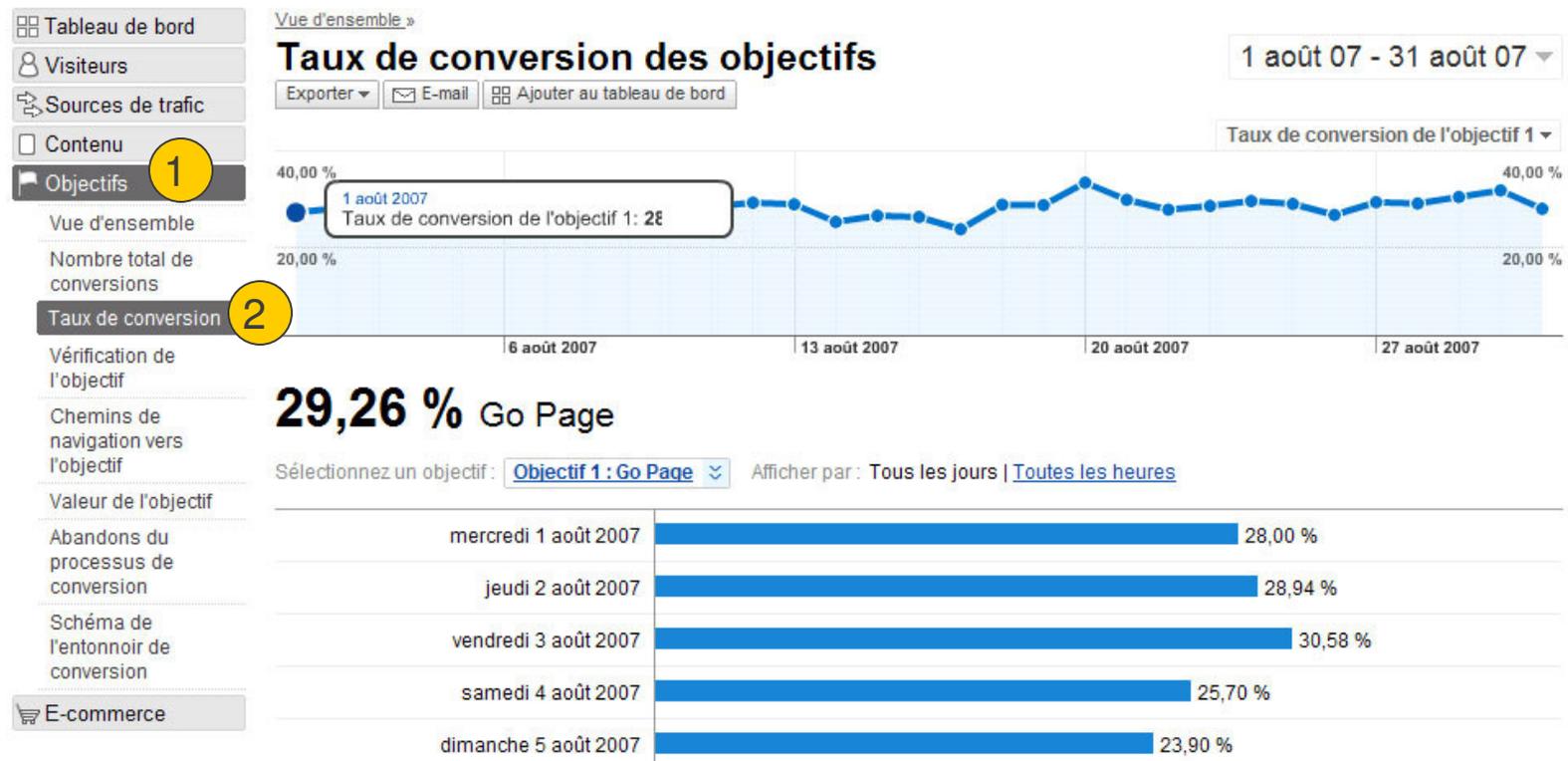
**Source** : moyen par lequel un utilisateur atteint votre site.

**(direct)((aucun))**: indique des visiteurs ayant accédé au site en saisissant l'URL directement dans leur navigateur.

# Rapport relatif aux conversions

Utilisez la barre de navigation latérale pour :

- Afficher le suivi de chaque objectif
- Connaître les objectifs donnant les meilleurs résultats



# Rapport Conversion par source

Utilisez la barre de navigation latérale pour :

- Afficher les sources qui génèrent le plus de trafic



# Résumé et étapes suivantes



À la fois perfectionné et facile à utiliser  
Solution adaptée aux besoins des professionnels tout en restant accessible aux utilisateurs individuels désireux d'améliorer leur politique marketing et la conception de leur site

## Intégration à AdWords

Google Analytics calcule automatiquement le retour sur investissement AdWords sans qu'il soit nécessaire d'importer des données de coût ou d'ajouter des informations de suivi aux mots clés

## Gratuit

Google Analytics nous offre l'opportunité d'investir dans nos annonceurs et tous les utilisateurs désireux de créer un contenu de qualité sur Internet

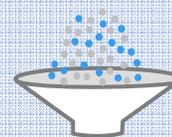
## Étapes suivantes :

Inscription

Inscription à Google Analytics



Installation du code de suivi Google Analytics sur votre site



Configuration des objectifs du site dans Google Analytics

Product/keyword	Items	Trans	Revenue
Google Tee	142	128	\$1,491.00
google t-shirt	8	8	\$84.00
google merchandise	3	3	\$32.50
google logo	8	4	\$84.00
google clothes	7	4	\$72.50
google clothing	3	3	\$31.50
google t-shirts	4	3	\$42.00
'google store'	2	2	\$21.00
camiseta google	2	2	\$21.00

Affichage des rapports



## Sources d'information supplémentaires

Sources d'information	Contenu :
Centre d'aide AdWords : <a href="http://adwords.google.com/support">http://adwords.google.com/support</a>	Procédures et guides de dépannage pour votre compte AdWords lié à Google Analytics
Centre d'aide Google Analytics : <a href="http://www.google.com/support/analytics">http://www.google.com/support/analytics</a>	Questions spécifiques à Analytics
Blog Google Analytics : <a href="http://Analytics.blogspot.com/">http://Analytics.blogspot.com/</a>	Actualités, astuces et sources d'information de l'équipe Google Analytics
Optimisation du marketing avec l'atelier Conversions : <a href="http://www.google.com/Analytics/conversionuniversity.html">http://www.google.com/Analytics/conversionuniversity.html</a>	Découvrez l'optimisation du marketing et du contenu, lisez les astuces Web de Google Analytics.
Forum des utilisateurs de Google Analytics : <a href="http://groups.google.com/group/analytics-help">http://groups.google.com/group/analytics-help</a>	Astuces, ficelles, expériences, conseils et forum électronique pour poser toutes vos questions aux utilisateurs de Google Analytics.

Sources d'information	Contenu :
Types de ciblage : <a href="http://adwords.google.com/support/bin/answer.py?answer=26918&amp;hl=fr_FR">http://adwords.google.com/support/bin/answer.py?answer=26918&amp;hl=fr_FR</a>	Définitions des différents types de ciblage.
Objectifs et entonnoirs de conversion sur des sites dynamiques : <a href="http://adwords.google.com/support/bin/answer.py?answer=26918&amp;hl=fr_FR">http://adwords.google.com/support/bin/answer.py?answer=26918&amp;hl=fr_FR</a>	Description des valeurs dynamiques
Objectifs avancés : <a href="http://AdWords.google.com/support/bin/topic.py?topic=8151&amp;hl=fr_FR">http://AdWords.google.com/support/bin/topic.py?topic=8151&amp;hl=fr_FR</a>	FAQ approfondie concernant la configuration d'objectifs avancés
Glossaire Google Analytics : <a href="http://www.google.com/support/Analytics/bin/static.py?page=glossary.html">http://www.google.com/support/Analytics/bin/static.py?page=glossary.html</a>	Découvrez la terminologie de Google Analytics

# Glossaire

**URL** : adresse du site Web. Exemple : <http://www.google.fr>

**Sous-domaine** : répertoire inclus dans un autre répertoire.

**Objectif** : page de votre site que les visiteurs atteignent après avoir effectué l'action qui vous intéresse. Exemple : une page de remerciements.

**Conversion** : tout objectif atteint équivaut à une conversion.

**Entonnoir de conversion** : ensembles de pages successives qu'un visiteur consulte avant d'atteindre votre page d'objectif.

**Point d'abandon** : page consultée par un internaute après avoir abandonné une étape de votre processus de conversion.

**Point d'entrée** : page consultée par un internaute avant d'entrer dans votre entonnoir de conversion. Il ne s'agit pas toujours de votre page d'accueil.

**Site référent** : source ayant dirigé des visiteurs vers votre site. Il peut s'agir d'un moteur de recherche, d'un lien situé sur un autre site, d'une annonce, etc.

**Commande** : conversion enregistrée sur votre page d'objectif. Exemple : un visiteur peut faire quatre dons lors d'une même visite sur votre site et ne générer qu'une seule conversion, s'il n'atteint la page d'objectif qu'une fois. Cependant, quatre commandes individuelles seront comptabilisées.

**URL dynamique** : URL obtenue par le biais de la recherche d'un site Web géré par base de données ou URL d'un site Web exécutant un script.

# Glossaire

**Types de ciblage** : il existe trois types de ciblage vous permettant de déterminer de quelle manière les étapes de votre entonnoir de conversion et de votre page d'objectif seront associées aux URL que les internautes consultent.

**Flash** : logiciel de conception permettant de créer des animations Web à diffuser sur votre site.

**Marquage automatique** : option de votre compte AdWords lié qui inclut les balises pour tous les mots clés de votre compte, afin que Google Analytics puisse établir des rapports concernant leurs performances. Cela vous permet de gagner du temps et vous épargne l'inclusion manuelle des balises pour vos mots clés.

**Commerce électronique** : achat et vente de biens et de services, et transfert de fonds, via des communications numériques utilisant généralement un panier électronique.

**Cookie** : petit fragment de données au format texte qu'un serveur Web envoie à un navigateur Web. Par exemple, un site protégé peut stocker un identificateur temporaire dans un cookie après votre connexion pour indiquer que vous êtes un utilisateur autorisé.

**Panier électronique tiers** : site Web hébergeant votre page de commande. Exemple : Cafepress est le panier électronique tiers de Cash for Critters.

**Période** : dates de début et de fin correspondant à l'intervalle de temps que votre rapport doit couvrir.

**Visites** : une quantité définie d'interaction d'un visiteur avec un site Web.

**Consultations de page** : tout fichier ou contenu fourni par un serveur Web et qui est généralement considéré comme un document Web. À chaque fois qu'un fichier défini comme une page est envoyé par le serveur Web, une consultation de page (ou "page vue") est enregistrée par Google Analytics.

**Source** : moyen par lequel un utilisateur atteint votre site.



# Lancez-vous dans l'analyse !

Adresse e-mail : [googlegrants-fr@google.com](mailto:googlegrants-fr@google.com)