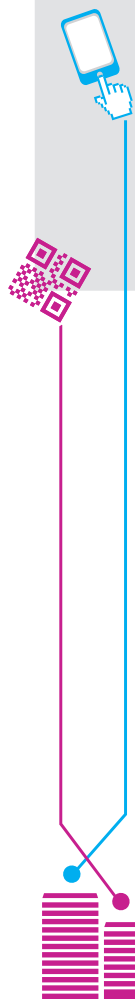


PERFORMANCE NUMÉRIQUE

Votre rendez-vous mensuel



Mesurer le trafic de son site web

Neuf entreprises sur dix ont un site web qui présente au minimum leur activité et leurs produits. Peu d'entre elles mesurent pourtant l'efficacité de leur démarche en ligne et son retour sur investissement. Comment analyser son audience ? Comment améliorer le pilotage de son site, voir l'évolution du trafic et connaître les centres d'intérêts des visiteurs ?

Cette notice a pour objectif de donner quelques repères simples pour vous permettre une première analyse de trafic d'un site web.

● Les outils d'analyse de trafic

Les outils d'analyse de trafic ou d'audience permettent de mesurer le nombre de visiteurs sur le site web de l'entreprise, d'apporter des informations sur leur profil et éventuellement sur leur parcours au sein du site.

Cette information est précieuse car elle permet de mieux connaître les centres d'intérêts des visiteurs et de faire évoluer le contenu du site en conséquence.

Deux grandes familles d'outils existent sur le marché. Ceux-ci utilisent des technologies et des méthodes de comptage différentes.

● Les outils bases sur les fichiers de log

L'activité d'un site Internet est tracée en temps réel dans un « journal de log » enregistré sur le serveur qui l'héberge. Toutes les actions des visiteurs y sont inscrites lorsqu'ils parcourent le site.

Ce fichier peut être exploité directement en le lisant, mais ce travail est à laisser aux spécialistes. Des outils

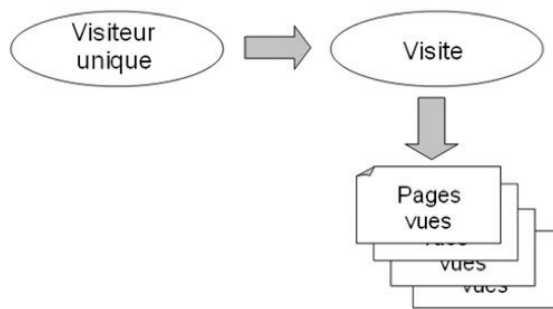
graphiques spécifiques ont été développés afin de faciliter la lecture et l'exploitation des logs.

Le journal de log est confidentiel et accessible après une authentification sur le serveur. Pour le consulter, il faut demander à votre hébergeur le nom d'utilisateur et le mot de passe.

> Quelles informations sont exploitables ?

Les outils de statistiques peuvent exploiter deux types de données, les données liées à l'internaute d'une part, et les données liées à la visite du site d'autre part.

¹ Journal du log : journal des connexions



• **Les données liées à l'internaute**

- L'adresse IP de l'ordinateur et/ou son nom de domaine
- Les traces laissées par les robots des moteurs de recherche
- La configuration de l'ordinateur utilisé (navigateur, système d'exploitation, taille de l'écran...)

• **Les informations liées à la visite du site**

- Le nombre de pages vues
- Les sites d'où proviennent les visiteurs
- Le parcours de l'internaute sur le site (page d'entrée, page de sortie...)
- Les mots-clés tapés dans le moteur de recherche avant la visite.

> **Comment exploiter ces données ?**

Des indicateurs exploitent le fichier de log et en tirent une synthèse sous forme de tableaux ou de graphiques sur une période définie (jour, mois...).

Les principaux indicateurs mesurés par des outils statistiques sont :

- Le comptage des visiteurs uniques. Un visiteur unique est une «personne» (poste informatique) qui visite le site web. L'outil statistique permet de comptabiliser le nombre de visiteurs uniques connectés au site sur une période donnée
- La durée de visite : temps moyen passé par les visiteurs sur le site
- Les pages les plus visitées
- L'origine des visiteurs : sites depuis lesquels les visiteurs arrivent
- Les mots-clés tapés les plus fréquemment dans les moteurs de recherche avant l'arrivée sur le site

Ces indicateurs sont affichables par jour, semaine, mois, année ou sur un intervalle de temps choisi par l'utilisateur. Ils peuvent permettre, par exemple, de mesurer l'impact d'une action de communication sur la fréquentation du site.

> **Les outils disponibles**

Un grand nombre d'outils existent sur le marché. Cependant, il n'est souvent pas possible d'en choisir un en particulier car l'hébergeur met en place un seul outil sur l'ensemble de ses serveurs.

Ce service, s'il est proposé par l'hébergeur, est accessible à une adresse spécifique protégée par un accès sécurisé fournie par le prestataire (ex: www.nomdusite.com/stats).

> **Les limites des outils bases sur les fichiers du log**

- Le cache

De part le fonctionnement d'Internet, certaines visites ne sont pas comptabilisées. En effet, lorsqu'un visiteur se rend sur un site web, l'ensemble des éléments qui composent les pages Internet sont stockés temporairement sur son ordinateur (ou un serveur) dans ce que l'on appelle le cache.

Si peu de temps après, le même visiteur souhaite consulter les mêmes pages, les éléments ne seront pas rechargés mais importés du cache. De ce fait, en l'absence de nouveau chargement, le journal de log ne tiendra pas compte de cette visite.

- Les robots

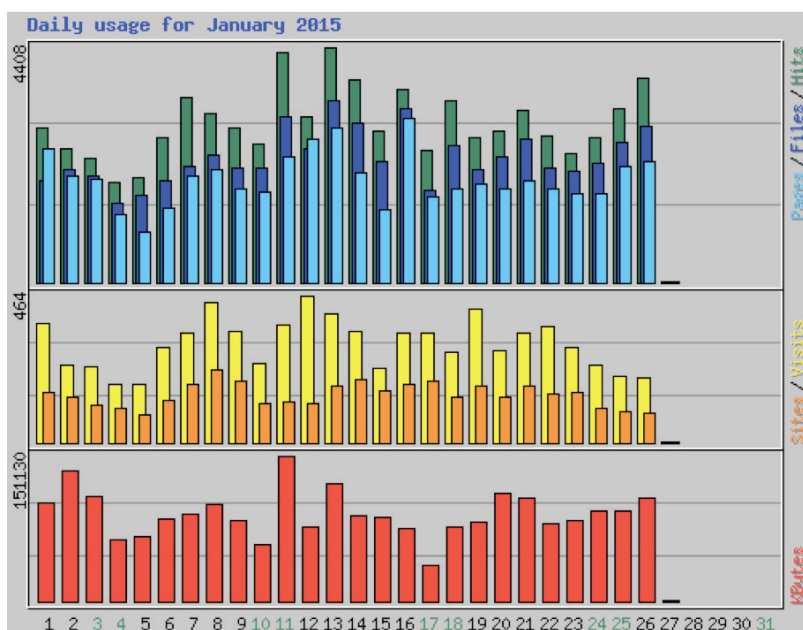
Certains outils ne différencient pas la visite d'un moteur de recherche d'un internaute. Les statistiques d'audience sont donc parfois faussées : le trafic du site croît artificiellement.

- Pas de données précises

Une analyse fine des données comme celle des pages les plus visitées s'avère difficile. Les informations du journal de log sont noyées dans une masse d'informations complexes à exploiter sans connaissance technique.

- Pas de vérité dans les chiffres

Les données fournies par les outils statistiques doivent être interprétées avec précaution car elles ne sont qu'une image de la réalité. Cependant, elles constituent les seules informations simples et gratuites, exploitables sur le fonctionnement d'un site web.



Les outils bases sur des tags ou marqueurs

Ce système est différent et nécessite une intervention technique sur les pages du site web. Il s'agit de placer un petit programme sur les pages pour lesquelles on souhaite mesurer le nombre de visites.

> Le fonctionnement des tags

Les éditeurs de solution de mesure de trafic fournissent des lignes de

codes html à insérer dans les pages du site. A chaque visite de la page, l'éditeur est averti.

Ces informations sur le trafic sont accessibles via un accès sécurisé sur le serveur dédié de l'éditeur. Elles permettent d'obtenir des représentations graphiques du flux de visiteurs.

Cette solution présente l'avantage de pouvoir mesurer le trafic uniquement sur les pages qui semblent intéressantes pour la gestion du site web. Elle permet également d'éviter le problème de comptage lié au cache.

Google Analytics est la solution la plus utilisée. Certains sites dont l'analyse de trafic est stratégique, notamment les boutiques en ligne, choisissent de cumuler deux outils pour disposer de plus d'informations

> Les limites des outils bases sur les marqueurs

Les outils ne mesurent pas tous la même chose. Certains retirent par exemple du comptage la visite des moteurs de recherche. Cependant, ce sont les seules solutions simples disponibles pour évaluer le trafic sur un site web et prendre des décisions.

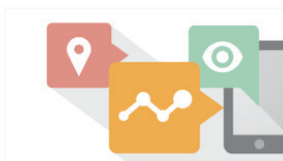


Des outils de mesure pour votre entreprise



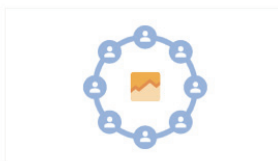
Analyse des différents canaux

Découvrez l'intégralité du chemin de conversion grâce aux entonnoirs multicanaux.



Solutions pour mobile

Évaluez l'activité générée par les smartphones, les sites Web et les applications pour mobile.



Rapports sur les réseaux sociaux

Évaluez l'impact des réseaux sociaux sur les objectifs et les conversions de votre entreprise.

Pour aller + loin :

> Rdv le 5 mai à la CCI Dordogne pour l'Atelier numérique « Mesurer le trafic de son site web » - Inscription en ligne [ici](#)

Votre prochain rdv numérique :
« Maîtriser la diffusion de son catalogue e-commerce »

VOTRE CONTACT

Samuel COSTE
05 53 35 80 31 - 06 20 42 97 58
s.coste@dordogne.cci.fr
www.dordogne.cci.fr

f t

CCI DORDOGNE