

CAFÉ-OUTILS

CAFÉ OUTILS #53 - CRÉER DES INDICATEURS PERTINENTS AVEC ANALYTICS

XAVIER MASCLAUX
JEAN PHILIPPE FALAVEL



2 AVRIL 2021



Programme régional cofinancé par l'Union Européenne



ET SI ON JOUAIT UN PEU ?

www.beekast.live/co53

PROBLÉMATIQUES

Quels sont les objectifs de votre présence en ligne ?

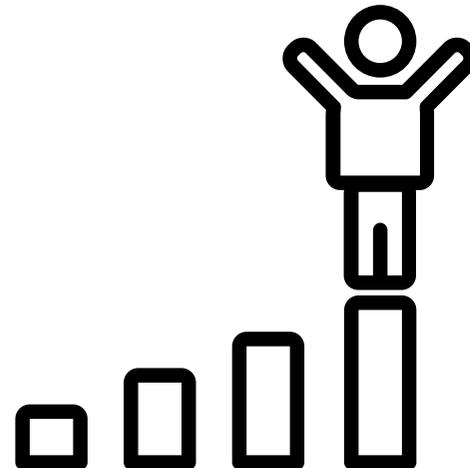
Comment les évaluer ?

UNE VISITE RÉUSSIE, C'EST QUOI ?

POUR VOUS, QU'EST QU'UNE VISITE RÉUSSIE ?

Pléthores d'outils, de chiffres, des stats
Comment s'y retrouver ?

1. définir vos objectifs
2. mesure votre conversion



3 GRANDS OBJECTIFS DE VOTRE PRÉSENCE EN LIGNE, DE VOTRE SITE WEB



Notoriété



Prise de contact



Vente en ligne

OBJECTIF 1 : KPI NOTORIÉTÉ



Notoriété de la marque, de la société

Pour qui ?

Les marques, les médias

kpi :

Nombre de visiteurs

Temps de lecture

nombre de pages consultées

Scrolling

Taux de rebond



Produire du contenu intéressant

OBJECTIF 2 : KPI PRISE DE CONTACT

Pour qui ? les sites de prestataires de services



kpi :

Nombre de prise de contact (formulaire, bouton, clic sur le numéro de tel)

Nombre de téléchargement d'un guide (pdf)



soigner ses landing pages

OBJECTIF 3 : KPI VENTE EN LIGNE



Pour qui ? Les site d'e-commerce

kpi :

CA

panier moyen

taux de conversion

nombre de transactions



fiche produit complète (image, description), tunnel d'achat optimisé

MESURER VOTRE CONVERSION

DES OUTILS

Les outils de suivis de stats :

Analytics

Matomo

Hotjar



ZOOM SUR ANALYTICS

QUI

sont les visiteurs
de votre site?

D'OÙ

viennent
ils?

QUE

font ils
durant leur navigation?
quelles actions ?

ZOOM SUR ANALYTICS

- tuto 1 : Mesurer vos objectifs (conversion)
- tuto 2 : Le dashboard pour centraliser vos indicateurs

POUR ALLER PLUS LON

<https://openclassrooms.com/fr/courses/3013736-comprenez-votre-audience-avec-google-analytics>