Google Analytics : une application qui permet de mesurer les performances de votre site web?

Si vous avez mis en ligne un site web, vous avez probablement déjà pensé à l'impact positif ou aux aspects plus négatifs que vos internautes vont remarquer. Par contre, vous avez décidé de le mettre en ligne et de voir quelles sont les performances actuelles de votre site après 1 semaine ou 1 mois. Cependant, vous devrez avoir un moyen de mesurer ces performances! Si votre CMS ne vous permet pas de bien mesurer la performance de votre site, avec assez d'exactitude, vous pouvez penser à Google Analytics pour voir combien de gens voient votre site web! De ce fait, Google Analytics permet de calculer un bon nombre de métriques pertinentes au développement positif de votre site web pour vos affaires ou votre projet. Si vous êtes prêt à utiliser Google Analytics pour propulser vos affaires, encore est-il bon de le faire en partant sur de bonnes bases.

Savoir combien de gens voient votre site web avec Google

Cet aspect est assez simple. En effet, si vous cliquez sur « Rapports », après être entrés dans l'interface général, vous pourrez voir combien de gens ont visité votre site web durant les 30 derniers jours. Par défaut, le paramétrage est fait pour que vous voyiez les 30 derniers jours. Vous avez à changer ce paramètre? Vous n'avez qu'à cliquez en-haut, à gauche sur la plage de dates et à choisir 60 derniers jours, 7 derniers jours, 90 derniers jours, cette année, ou une autre plage de dates qui vous permet de mesurer vos performances sur une période précise. Si vous vous demandez à quel point votre site est performant, voyez au-dessus du graphique statistique le nombre d'utilisateurs qui ont visité votre site web. Un utilisateur, c'est un appareil donné qui s'est connecté à votre site web. Il y a en effet le risque qu'une même personne ait utilisé son téléphone et son ordinateur, les deux dans la même période, ce qui double certains résultats. En revanche, vous voyez très bien chaque fois qu'un appareil se connecte à votre site. Alors, pourquoi sélectionner telle ou telle plage de dates? Pourquoi choisir d'analyser un trimestre plutôt qu'un mois seulement? Tout dépend de la période que vous voulez contrôler. Il y a un moment dans l'année où vous avez apporté des changements dans le design de votre site web? Donc, sélectionner la date de ces changements jusqu'à aujourd'hui. Vous verrez si votre site web attire plus, ou au contraire moins les internautes!

Comment savoir si votre site web est intéressant?

Vous voyez aussi le temps moyen de connexion à votre site à droite complètement du nombre des utilisateurs. Si vous voyez par exemple « 0,09s » dans ce paramètre, c'est qu'en moyenne, les gens visitent votre site web

durant 9 secondes. Si tel est le cas, le temps de visite est très court, ce qui pourrait laisser penser qu'il y a un manque d'intérêt de la part de vos internautes. Vous pouvez donc penser, dans cet exemple de 9 secondes, à améliorer votre SEO, votre design, ou à demander l'avis d'un ami ou d'un expert. Si Google Analytics vous indique une moyenne de 25 secondes de visites de votre site web, cela indique alors un certain intérêt, puisque les gens ne quittent pas un site web après 25 secondes si jamais ils ne le trouvent aucunement intéressant, mais bien souvent après quelques secondes (4 ou 5).

Dans l'exemple où vous avez fait des modifications au design de votre site web, vous pouvez constater, après la date de ces modifications, que le nombre de visiteurs baisse. Ceci est souvent bien négatif. Mais, il arrive que ce soit tout de même positif. En effet, vos visiteurs peuvent être moins nombreux, mais rester plus longtemps sur votre site web, visiter plus de pages, lire plus longtemps. Si moins de visiteurs visitent votre site web, mais plus de 3 minutes, ils ont un intérêt quasi certain pour ce que votre site web leur présente. Vous avez peut-être trouvé de nouveaux clients dans ce cas précis.

La nuance dans cette donnée est qu'il s'agit d'une moyenne. Statistiquement parlant, une moyenne de 9 secondes, si vous avez 50 internautes, ne montre pas si un internaute a visité votre site web durant 2 minutes, alors qu'un autre l'a quitté après une seconde. La moyenne ne vous donne pas un aperçu de la visite de chacun de vos internautes un à un.

Est-ce que de nouveaux internautes visitent votre site web?

Si, à droite du nombre total des utilisateurs, vous voyez un nombre presque équivalent de nouveaux utilisateurs, par exemple, à droite de 20 utilisateurs, vous voyez 19 nouveaux utilisateurs, cela indique que la grande majorité des internautes qui ont visité votre site web l'ont probablement fait pour la première fois. Tandis que si vous voyez que sur 20 utilisateurs, il n'y aucun nouvel utilisateur, c'est que ce sont toujours les mêmes personnes qui visitent votre site web et que votre auditoire ne s'agrandit pas!

Puis, vous devez combiner le temps de visite de vos utilisateurs avec le nombre de vos nouveaux utilisateurs pour avoir une meilleure idée si votre site web intéresse vos internautes. Google Analytics peut vous indiquer un temps moyen de visite très faible, comparativement à un nombre de nouveaux utilisateurs très élevé. Dans ce cas, cela signifie que les gens qui découvrent votre site web le quittent après très peu de temps.

Si vos utilisateurs sont presque toujours les mêmes, puis que votre temps de visite est très élevé, alors cela veut probablement dire que les gens qui visitent souvent votre site web le trouvent très intéressant, puisqu'ils y retournent et le visitent plusieurs fois pour de longues périodes. Il y a lors un potentiel pour que ces gens vous appellent ou vous écrivent si vos coordonnées sont bien reliées aux liens de votre page de contact.

Pourquoi les gens cliquent-ils sur des boutons de votre site web?

Google Analytics vous permet de voir le nombre de clics enregistrés sur votre site web. Plus ce nombre de clics est élevé, plus il y a de chances que Google Analytics puisse être en train d'indiquer une bonne curiosité de la part de vos internautes. Effectivement, si vos internautes n'étaient pas curieux de ce que vous faites, ils ne cliqueraient probablement que très peu sur vos liens et les boutons de votre site web, comme le bouton d'envoi de votre formulaire de contact.

Quelles pages de votre site web sont-elles les plus populaires selon Google Analytics?

Vous pouvez aller aux détails de vos rapports pour visionner combien de fois chaque page est visitée sur votre site web. Si votre page de contact est visitée par 900 internautes, comparativement à votre page d'accueil, il y a de bonnes chances que beaucoup d'internautes soient tentés de vous joindre par courriel ou par votre formulaire de contact. Si la page qui parle de vos services est celle qui est la plus visitée, les probabilités que votre page d'accueil donne envie de voir quels services vous offrez et que votre page de services soit bien référencée sur les moteurs de recherche comme Google ou Bing. Puis, comment pouvez-vous améliorer la position web de votre site sur les moteurs de recherche? L'ensemble de votre site est important : son design, la qualité de ses textes, de ses images, etc.

Il y a aussi beaucoup d'emphase sur la description et le titre de vos pages web. En effet, un site web dont le titre de la page d'accueil est « Page d'accueil du site de ménages privés » attire moins les regards qu'un site web dont le titre de la page d'accueil est « Ménages privés à domicile près de Québec ». En spécifiant ce que sont des ménages privés et en mentionnant le secteur où ces ménages sont offerts, vous captez l'attention des gens de Québec qui cherchent un service d'entretien ménager directement à leur domicile, sans avoir à se déplacer.

Quant à la description, ce doit être un court texte vendeur d'environ 120 caractères. « Vendeur » ne signifie pas vanter la qualité de votre service ou de votre produit comme étant la meilleure offre sur le marché, mais plutôt de décrire ce que vous offrez en ayant en tête qu'une personne intéressée par votre offre sera attirée par une description à la fois originale et qui décrit bien ce que les gens cherchent comme service d'une entreprise de votre secteur.

Pouvez-vous voir combien de gens reviennent sur votre site web?

Il est possible de savoir combien de gens visitent votre site web deux ou plusieurs fois. Pour ce faire, il y a une métrique dans les rapports détaillés qui se nomme le « taux de rebond » et qui vous dit exactement

combien d'utilisateurs reviennent deux fois ou plus sur votre site web. Cette métrique est bien pertinente quand il s'agit de mesurer l'intérêt manifesté par les internautes pour votre site. Quand des gens reviennent sur votre site, soit ils n'ont pas tout lu ce qui les intéressait la première fois, soit ils sont réellement intéressés par votre site web, au point d'y revenir deux, trois, quatre fois; ou bien les deux raisons précédentes sont bonnes!

De plus, un taux de rebond significatif est une bonne première étape vers une « conversion » de vos internautes en acheteurs. La conversion est le fait que des visiteurs puissent devenir des clients potentiels, ou que des clients potentiels deviennent officiellement vos clients. Vous pouvez configurer une « conversion » sur votre profil Google Analytics de plusieurs façons. Si vous constatez que la plupart du temps, quand un utilisateur de votre site clique sur une page précise, ce même utilisateur clique sur le formulaire de contact, vous pouvez configurer le clic vers cette page comme une conversion. Le fait de bien connaître les comportements des visiteurs de votre site vous permet de bien cerner comment leur montrer que vous offrez un bon service ou un bon produit. C'est ce que permet de faire Google Analytics!

Est-ce que les données démographiques sont encore prises en charge par Google Analytics?

Pour le moment, vous pouvez encore voir de quel endroit dans le monde viennent les visiteurs de votre site web. Vous savez ensuite où se trouvent les grands centres où les gens visitent souvent ce que vous offrez sur le web. Par contre, Google tente de diminuer au maximum le ciblage précis des consommateurs, donc il est possible qu'au moment d'écrire ces lignes ou après, la démographie de vos visiteurs ne soit plus prise en charge.

Bref, Google Analytics est un outil bien complet pour avoir un bon aperçu de ce que votre site web fait de bon pour le moment, ou les aspects à améliorer. Bien entendu, vous ne savez pas nécessairement tout et ne pouvez pas faire des déductions précises sur les métriques proposées. Par exemple, vous ne pouvez pas déduire l'adresse d'un utilisateur ou vous ne pouvez pas non plus savoir le nom des internautes, ce qui, dans les faits, serait peu souhaitable si nous voulons éviter la publicité intempestive et le harcèlement téléphonique de certains vendeurs. En revanche, vous pouvez améliorer de façon constante votre site web grâce à ces métriques diversifiées et complètes. C'est en ayant une belle offre que les gens viendront à vous, puis c'est aussi en leur présentant du beau contenu qu'ils souhaiteront vous connaître sur le web.