meetyourdata

GLOSSAIRE GOOGLE ANALYTICS

TERME	DEFINITION
(not set)	C'est un terme souvent utilisé par Google Analytics lorsqu'une dimension sélectionnée ne dispose pas de données suffisantes. Cela peut être due à un problème de configuration. Exemple : le lien reliant votre compte Google Analytics à Google Adwords n'a pas été correctement installé. Dans certains cas, ce terme peut apparaître sans raison particulière. Exemple : Une campagne pour une session ne collectant pas de données.
Attribution	L'attribution détermine la façon dont le crédit des ventes et des conversions est attribué aux points de contact dans les chemins de conversion. Il associe une valeur aux différentes interactions d'un client le long du chemin de conversion (entonnoirs multicanaux). En outre, ils attribuent le mérite de cette dernière à différentes annonces, clics ou autres facteurs enregistrés lors du parcours.
Appel	Un appel est envoyé à votre site à chaque fois que vous voulez que Google Analytics collecte une donnée. C'est une unité fondamentale dans la collecte de donnée. Vous pouvez configurer des appels pour différentes actions : pages vues, transactions e-Commerce, évènements…
Campagne	Avec les sources et les supports, les campagnes sont l'une des principales dimensions permettant d'examiner comment vos utilisateurs sont arrivés sur votre site. Les campagnes sont généralement des campagnes AdWords ou des campagnes marketing que vous avez intégrées aux liens de votre site.
Canal	Le canal est similaire à la source, il permet d'identifier la provenance de votre audience.

GLOSSAIRE GOOGLE ANALYTICS

TERME	DEFINITION
Catégorie d'appareils	C'est une dimension de Google Analytics déterminant l'appareil utilisé pour chacune des sessions : ordinateur, tablette ou portable. Cette dimension est utile quand vous voulez analyser la performance de votre site sur ces 3 types d'appareils .
Chemin de page précédente	C'est une dimension de Google Analytics indiquant la page de navigation précédent la page que vous visualisez. Cette dimension est utile pour revoir la navigation interne des utilisateurs sur votre site.
Chiffre d'affaires local	Chiffre d'affaire dans la devise pour laquelle s'est effectuée la transaction (Utile quand vous enregistrez des ventes dans différentes devises et laissez Google Analytics faire la conversion)
Chiffre d'affaires des ventes	C'est le revenu correspondant à une transaction e-commerce dans les rapports Google Analytics. A noter que ce chiffre n'est qu'une statistique, elle exclut toute taxes.
Chiffre d'affaires du produit	C'est le revenu total des articles vendus dans le cadre de transactions e-commerces. Elle est convertie dans une devise globale définie dans les paramètres de vue.
Compte	Le compte est le niveau d'organisation le plus élevé. Il vous permet d'organiser vos propriétés et vos préférences générales, telles que les paramètres de partage de vos données. Vous pouvez utiliser un ou plusieurs comptes sur Analytics.

GLOSSAIRE GOOGLE ANALYTICS

TERME	DEFINITION
Conversion	Google Analytics enregistre une conversion à chaque fois que le visiteur accompli un des objectifs préalablement définis, ou réalise un achat e-commence. **Voir: Conversion e-commerce ou Objectifs réalisés**
Conversion indirecte	La conversion est visible dans les entonnoirs multicanaux de Google Analytics, les conversions indirectes résument les rôles joués par les canaux ainsi que leurs contributions. Si un utilisateur arrive sur un site web par le biais d'un canal A, et plus tard par le biais d'un canal B, « la conversion indirecte» va être compté pour le canal A. Hormis les canaux et les supports, d'autres dimensions peuvent être utilisées pour faire une analyse indirecte.
CTA Call-To-Action	C'est un moyen consistant à inciter l'internaute à effectuer une action. Ce terme pourrait se traduire par "inciter à l'action" ou "appel à l'action". Un call to action se caractérise souvent par un gros bouton, bien visible, avec le nom de l'action à effectuer.
CTR Click Through Rate	C'est une méthode pour déterminer l'efficacité d'une campagne publicitaire en fonction du nombre de clic sur les annonces et du nombre de pages vues.
Conversion e-commerce	C'est la transaction d'un achat en ligne depuis votre site. Google Analytics a des fonctions intégrés considérables pour analyser les activités de votre site e-commerce. Contrairement aux « objectifs réalisés », Google Analytics peut rapporter plus qu'une simple transaction (ou conversion) par visite. Le nombre de transactions enregistrés par visite se nomme : « le taux de conversion e-commerce »

GLOSSAIRE GOOGLE ANALYTICS

TERME	DEFINITION
Dernier clic	Le dernier clic correspond à tout clic enregistré juste avant une conversion. Il peut être attribuer au canal marketing ou au support qui à amené l'utilisateur sur votre site ou application dans cette session. C'est un moyen efficace pour examiner le succès des canaux ou média qui ont préalablement attiré des utilisateurs sur votre site lors du parcours de conversion.
Dimension	Les dimensions, avec les statistiques, sont les 2 types de données collectés par Google Analytics. Les dimensions correspondent aux attributs de vos données. Elles désignent une caractéristique des visiteurs et de leurs interactions sur votre site ou application. Par exemple : la dimension *Ville* indique la ville, comme "Paris" ou "New York", d'où provient une session. La dimension *Page* indique l'URL d'une page consultée. Elles apparaissent dans les colonnes de gauche de vos rapports. **Voir : Statistiques**
Dimensions et statistiques personnalisées	En plus de la douzaine de dimensions par défaut de Google Analytics (certaines d'entre elles sont expliqués dans ce glossaire), Google Analytics peut aussi être paramétré pour recevoir des données supplémentaires. En installant une dimension personnalisée, vous pouvez par exemple générer de la donnée pour chaque page vue écrite par un auteur. Cela peut vous permettre d'examiner quelle personne de votre équipe est la plus efficace dans la rédaction de contenu. /!\ Il n'est pas possible de combiner n'importe quelle dimension avec n'importe quelle statistique. Toutes les dimensions et statistiques sont associées à un champ d'application : niveau de l'utilisateur, de la session ou de l'action. Il est rarement pertinent de combiner des dimensions et statistiques ne correspondant pas à un même champ d'application. Par exemple, la statistique Sessions est basée sur les sessions. Vous ne pouvez donc l'utiliser qu'avec des dimensions telles que Source ou Ville. Il ne serait pas logique de combiner Sessions avec une dimension au niveau de l'action telle que Page.

GLOSSAIRE GOOGLE ANALYTICS

TERME	DEFINITION
Durée moyenne d'une session	La durée moyenne des sessions correspond à la durée totale de toutes les sessions divisée par le nombre de sessions enregistrées.
Entrée	La première page vue lors d'une visite est appelle « entrée », et le nombre de ces première pages vues est enregistré sur Google Analytics par des statistiques. L'entrée est similaire à la session, néanmoins elles restent 2 statistiques distinctes : Les entrées augmentent dès le premier appel de type "page vue" ou "visionnage de l'écran" d'une session. En revanche, les sessions augmentent dès le premier appel d'une session, quel que soit le type d'appel.
Evènement	L'évènement se déclenche lorsqu'un utilisateur effectue une action arbitraire ou une interaction spécifique que vous voulez suivre. Par exemple, lancer une vidéo présente sur votre site. Ces interactions sont envoyées à Google Analytics sous forme d'évènements, avec un maximum de 3 dimensions (la catégorie, l'action, et facultativement le label), et des statiques (optionnelles), comme valeur de l'évènement. Les évènements peuvent être aussi utilisés pour définir des objectifs.
Expression régulière	C'est un script informatique permettant d'isoler des sous-ensembles réguliers. C'est une méthode efficace pour réaliser des correspondances de structures dans les chaînes de caractères. Les expressions régulières peuvent être utilisé dans beaucoup de fonctionnalités de Google Analytics (vues, filtres..) En savoir plus sur le blog de Google : RegExp

GLOSSAIRE GOOGLE ANALYTICS

TERME	DEFINITION
Filtre	Les filtres vous permettent de limiter et de modifier les données incluses dans une vue. Sur une vue de Google Analytics, des filtres peuvent être utilisé pour collecter uniquement des données rattachées à des parties spécifiques du site. Les filtres peuvent aussi être configuré pour transformer la donnée, par exemple : modifier le chemin de page pour inclure le domaine.
Google AdWords	C'est un service de publicité en ligne proposé par Google. Google AdWords, il affiche des publicités pour les visiteurs sur Google, sur des sites tiers, et sur mobiles.
Google Analytics	C'est un outil d'analyse digital qui permet de fournir des renseignements sur les comportements de visiteurs de sites web ou d'applications mobile.
Groupe de canaux	Google Analytics peut être configuré pour attribuer un groupe particulier à chaque page de votre site. Les groupes de canaux vous permettent de consulter et de comparer les statistiques cumulées par nom de canal ainsi que pour chaque source de trafic, support ou nom de campagne. Dans les rapports Analytics, vos données sont organisées selon le **groupe de canaux par défaut**. Exemple : Accès directs, réseaux sociaux, adresses e-mail, site référent, liens commerciaux….
Nom d'hôte	C'est la partie de l'URL qui identifie votre site plutôt q'une page sur votre site (plus spécifiquement, le domaine d'un appareil sur le réseau). Si vous avez un site héberger sur plusieurs domaines ou sous-domaines, il peut être utile de vérifier le nom d'hôte du site, ainsi que le chemin de page pour éviter les confusions si vous avez du contenu héberger sur le même chemin, ou sur plusieurs domaines.

GLOSSAIRE GOOGLE ANALYTICS

TERME	DEFINITION
Objectif	Les objectifs permettent d'évaluer dans quelle mesure votre site ou application atteint des résultats ciblés. Ils correspondent à la réalisation d'une action de votre visiteur sur votre site, que vous considéré comme un succès pour votre entreprise. Il peut s'agir de faire un achat, s'inscrire à votre newsletter, répondre à une demande, ou devenir membre. Les objectifs peuvent être paramétrer et suivi dans Google Analytics.
Objectif réalisé	*Lorsqu'un utilisateur de votre site ou votre application effectue une action que vous avez définie comme un objectif, Analytics enregistre celle-ci en tant que conversion. Ces données de conversion sont disponibles dans un certain nombre de rapports spécifiques.*
Page	Dans les rapports de Google Analytics, la page correspond au chemin de la page de votre site , cad, la partie de l'URL situé après le nom de domaine. Si votre site est héberger sur de multiples domaines ou sous-domaines, il peut servir à créer des filtres sur cette vue pour modifier la page reporté afin de l'inclure dans le nom d'hébergeur.
Page de destination	La première page vue lors d'une visite, cad la page sur laquelle le visiteur est entré. Il est souvent nécessaire d'analyser la performance de vos pages de destination sachant qu'elles sont les premières visitées. Il est quelque fois utile de voir les pages que vos visiteurs voient.
Pages par session	Le nombre moyen de page vues lors d'une visite. C'est une mesure de l'engagement e l'utilisateur.

GLOSSAIRE GOOGLE ANALYTICS

TERME	DEFINITION
Page vue	La page de votre site qui à été chargée par le navigateur de votre visiteur. Dans les rapports de Google Analytics, cette statistique montre le nombre total de fois où chaque page à été consultée. Cette statistique permet de montrer quel contenu à été massivement vue, et quel contenu l' a été plus rarement. /!\Si un internaute actualise la page après l'avoir consultée, Analytics comptabilise une page vue supplémentaire. Si un internaute accède à une autre page et retourne ensuite sur la page d'origine, une seconde page vue est également enregistrée.
Page vue unique	Une page vue unique représente le nombre de sessions au cours desquelles une page particulière a été vue une ou plusieurs fois. Cette statistique est soit 1 ou 0 pour chaque page dans la session. Elle ne sera jamais plus q'une si la page à été vue à plusieurs reprises lors d'une session.
Premier clic	Il désigne le premier site référent présent dans le chemin de conversion. Il s'agit d'une interaction indirecte particulière. Il correspond au canal marketing ou à la source qui amène en premier le visiteur sur votre site. Malgré le fait que l'utilisateur est potentiellement converti sur un autre site, l'acquisition initial peut être utile pour l'amélioration des activités marketing.
Propriété	La propriété créée dans le compte Google Analytics représente un site (ou un groupe de sites) ou une application mobile. Les données à propos des visites du site de l'usage de l'application sont envoyés à la propriété et peuvent être accessibles par le biais d'une ou plusieurs « vues » (voir vues) qui sont créés sous une propriété.

GLOSSAIRE GOOGLE ANALYTICS

TERME	DEFINITION
Quantité	C'est le nombre d'unités de l'article achetées dans le cadre d'une transaction. Si votre code de suivi recueille une valeur, qui n'est pas un nombre entier (par ex. 1,5), elle est arrondie à l'entier le plus proche.
Rebond	Ce sont les sessions où une seule interaction a été enregistré, ce qui veut bien souvent dire qu'une seule page du site a été vue. C'est-à-dire les sessions dans lesquelles l'utilisateur a quitté votre site sur la page d'entrée sans avoir interagi avec cette dernière. Ou le rebond peut être comptabilisé lorsqu'un un utilisateur reste au-delà de 30 min sur une même page.
Recherche sur site	L'utilisation des fonctions de recherches sur votre sites (si il y en a). Il existe différents rapports sur l'utilité de la recherche sur site dans Google Analytics, pour vous aider à contrôler et analyser l'efficacité des fonctions de recherche.
Référencement naturel	Dans le contexte d'acquisition de trafic, il désigne les utilisateurs arrivant « naturellement » sur votre site par le biais de liens apparaissant sur les pages de résultats Google et d'autres moteurs de recherches. Le référencement naturel correspond au travail effectué par le SEO (Search Engine Optimisation) améliorant la positionnement de votre site dans les pages de moteurs de recherches.
Référencement payant	Dans le contexte d'acquisition de trafic, le référencement payant correspond aux liens que suivent les utilisateurs pour arriver sur votre site. Ces liens peuvent apparaitre sur des publicités sponsorisées comme sur Google AdWords par exemple.

GLOSSAIRE GOOGLE ANALYTICS

TERME	DEFINITION
Référent	Le trafic généré par les sites référents correspond au segment de trafic qui arrive sur votre site via une source différente, comme un lien ou un autre domaine, par exemple. Google Analytics détermine automatiquement où était le visiteur juste avant qu'il n'accède à votre site. Dans vos rapports, les noms de domaine de ces sites s'affichent en tant que sources du trafic généré par les sites référents.
RegEx	Voir expression régulière
Revenu par utilisateur	C'est le revenu total divisé par le nombre de visiteurs, montrant ainsi le montant moyen que chaque utilisateur génère sur le site.
Segment	Voir segment avancé
Segment Avancé	Afin de filtrer les données d'un rapport, un segment peut être configuré pour inclure des données caractéristiques à une partie spécifie des utilisateurs. Créer des segments permet d'avoir des rapports plus détaillé pour un groupe spécifique d'utilisateurs.
Self-referral	Lorsque Google détecte une source de trafic provenant de votre propre site. Cela arrive souvent lorsque votre site est hébergé sur plusieurs domaines. Google Analytics démarre une nouvelle session à l'endroit où il identifie le trafic comme étant référent. C'est une donnée qu'il faut éviter.

GLOSSAIRE GOOGLE ANALYTICS

TERME	DEFINITION
Session	Les sessions représentent le nombre de visites individuelles initiées par l'ensemble de vos utilisateurs. Si un internaute est inactif sur votre site pendant au moins 30 minutes, toute activité ultérieure sera considérée comme une nouvelle session. Si un internaute quitte votre site et y accède de nouveau moins de 30 minutes après, Analytics ne comptabilise qu'une seule session. Identifier la limite des sessions pour les visiteurs revenant sur votre site n'est pas anodin, même si il peut paraître arbitraire. Google Analytics applique une logique considérable à cette tâche.
Statistique	C'est l'une des 2 types de données que Google Analytics collecte. Les statistiques sont des mesures quantitatives et chiffrées montrant un compte, un pourcentage, ou d'autres nombres. Elles sont le premier moyen de synthétiser la donnée dans Google Analytics, et peuvent être divisées en une ou plusieurs dimensions. Par exemple : la statistique Sessions correspond au nombre total de sessions. La statistique Pages/Session correspond au nombre moyen de pages vues par session. En plus des statistiques par défaut, Google Analytics nous permet de définir nos propres statiques pour créer des rapports plus précis. Dans les rapports de Google Analytics, les statistiques apparaissent en haut des tableaux (voir également dimension)
Support	En parallèle de la source et de la campagne, c'est une des 3 principales dimensions permettant d'analyser ce qui a amener le visiteur sur votre site. Le support est la plus large des dimensions, et identifie le type de source du trafic de votre site. Comme par exemple : le référencement payant, le référencement naturel, le référent provenant d'un site tiers.

GLOSSAIRE GOOGLE ANALYTICS

TERME	DEFINITION
Social	Dans le contexte d'acquisition de trafic web, le social se réfère aux utilisateurs suivant les liens de votre site depuis une plateforme de réseau social comme Twitter ou Facebook.
Source	Avec les supports et les campagnes, c'est l'une des 3 principales dimensions pour analyser la provenance des utilisateurs de votre site. La source est subordonnée au support. Par exemple, les sources possibles sont les suivantes : "Google" (nom d'un moteur de recherche), "facebook.com" (nom d'un site référent), "newsletter Décembre" (nom de l'une de vos newsletters) et "accès direct" (visites réalisées par des utilisateurs ayant saisi votre URL directement dans leur navigateur ou ayant ajouté votre site à leurs favoris).
Taux d'abandon	C'est le nombre d'individus qui abandonnent un processus avant qu'il soit terminé. Il est calculé en faisant le rapport entre le nombre d'individus qui ne terminent une procédure d'achat, une procédure d'enregistrement ou qui ne vont pas jusqu'au bout d'un questionnaire, et le nombre total d'individus qui ont commencé le processus.
Taux de rebond	Le pourcentage de sessions avec rebond.
Transaction	La transaction est un achat sur votre site e-commerce. Une transaction unique peut comporter un ou plusieurs articles. Le nombre de transaction est souvent utiliser pour évaluer la performance de votre site e-commerce.

GLOSSAIRE GOOGLE ANALYTICS

TERME	DEFINITION
Transaction par utilisateur	C'est le nombre de transactions divisé par le nombre d'utilisateurs. Cette statistique peut aider à identifier quelle partie du site performe le mieux, et vous permettre d'envisager des pistes d'améliorations.
Trafic direct	Il désigne généralement le trafic qui arrive directement sur votre site. Il peut s'agir d'un internaute qui tape l'adresse de votre page dans son navigateur, qu'il clique sur un favori, ou qu'il clic sur le lien d'un email qui est non reconnue comme source « email ». Comme ce type de trafic n'est pas détectable par Google Analytics, il va catégoriser la donnée comme « direct » dans un dernier recours.
TTR	Acronyme de tap through rate ou taux de tapes. Il est l'équivalent du taux de clics du web pour les écrans tactiles des smartphones, tablettes et autres terminaux à écran tactile.
URL de provenance	Cette dimension enregistre une page sur laquelle l'achèvement de l'objectif apparait. C'est utile pour séparer la réalisation des objectifs réalisés page par page.
Utilisateur	Ce terme fait référence au navigateur d'un individu sur votre site. Un utilisateur peut visiter votre site plusieurs fois, avoir plusieurs pages vues et déclencher plusieurs appels. Sans l'user ID, les utilisateurs peuvent seulement être identifier par leur cookie de premier utilisateur installé par le code Google Analytics. Chaque individus visitant votre site depuis un autre navigateur ou autre appareil va être considéré par Google Analytics comme différents utilisateurs.

GLOSSAIRE GOOGLE ANALYTICS

TERME	DEFINITION
User ID	C'est un identifiant pour une personne unique (comme un nombre personnalisé dans un CRM par exemple) qui peut être envoyé par votre site à Google Analytics. La fonctionnalité User-ID vous permet d'associer les données relatives à l'intérêt et l'interaction issues de différents appareils et de plusieurs sessions à des identifiants uniques. Chaque User-ID unique représente un utilisateur individuel dans Analytics. Ainsi, vous bénéficiez de données utilisateur plus précises dans vos rapports. Utiliser un ID utilisateur permet d'avoir une meilleure analyse de la façon dont les utilisateurs interagit avec votre site sur différents types d'appareils.
Valeur d'un objectif	C'est une valeur en dollar définie lors de la création d'un objectif sur Google Analytics. Dans le cas des objectifs basés sur des évènements, cette valeur peut être prise à partir de la statistique de la « valeur de l'évènement ». Il peut être nécessaire de mettre en place des valeurs pour chacun de vos objectifs, afin de comparer dans un seul et même chiffre comment les différents utilisateurs d'un segment ou des parties de votre site fonctionne.
Valeur d'une page	La statistique Valeur de la page correspond à la valeur moyenne d'une page qu'un utilisateur a visitée avant d'accéder à la page objectif ou d'effectuer une transaction e-commerce(ou les deux). Elle a pour but de vous aider à identifier la page de votre site qui a contribué le plus au chiffre d'affaires généré par celui-ci. Si la page n'a été impliquée dans aucune transaction, la valeur de cette page est de 0 EUR (étant donné qu'elle n'a jamais été consultée au cours d'une session ayant mené à une transaction).
Vue	Dans un compte Analytics, une vue de création de rapports correspond au niveau à partir duquel vous avez accès aux rapports et aux outils d'analyse. Vous pouvez configurer de nombreuses vues pour chaque propriété de votre compte et personnaliser l'affichage de données spécifiques dans chacune de ces vues.