

Internet : Les nouvelles fonctionnalités de Google Analytics

Internet

Posté par : JerryG

Publié le : 10/10/2011 14:00:00

Pour la 3^{ème} année consécutive, AWE était invité dans les locaux de Google en tant qu'agence partenaire certifiée le 14 septembre dernier. Dans le Computer History Museum de la Silicon Valley, cette conférence très attendue dévoilait les nouvelles fonctionnalités de Google Analytics.

La fréquentation de votre site en temps réel avec le "Right Now"

Cette première fonctionnalité permet de récupérer instantanément les informations en temps réel. Le Right Now permet ainsi de surveiller les « active visitors » et d'avoir de nouvelles données sur leur comportement.

Les rapports générés permettent de savoir exactement ce qu'il se passe sur le site en temps réel. Des informations très utiles pour vérifier l'impact d'un buzz autour de sa marque, mesurer les résultats d'une campagne de social media, suivre un Tweet, un post ou l'ajout d'une nouvelle vidéo.



Même si l'intérêt de ces données est évident, les métriques disponibles pour le moment sont encore assez restreintes.

La segmentation des entonnoirs de conversion : Le Flow Visualization

Très longtemps en retard sur la modélisation des entonnoirs de conversion, Google Analytics revient en force et frappe un grand coup avec cette nouvelle version des entonnoirs de conversion.

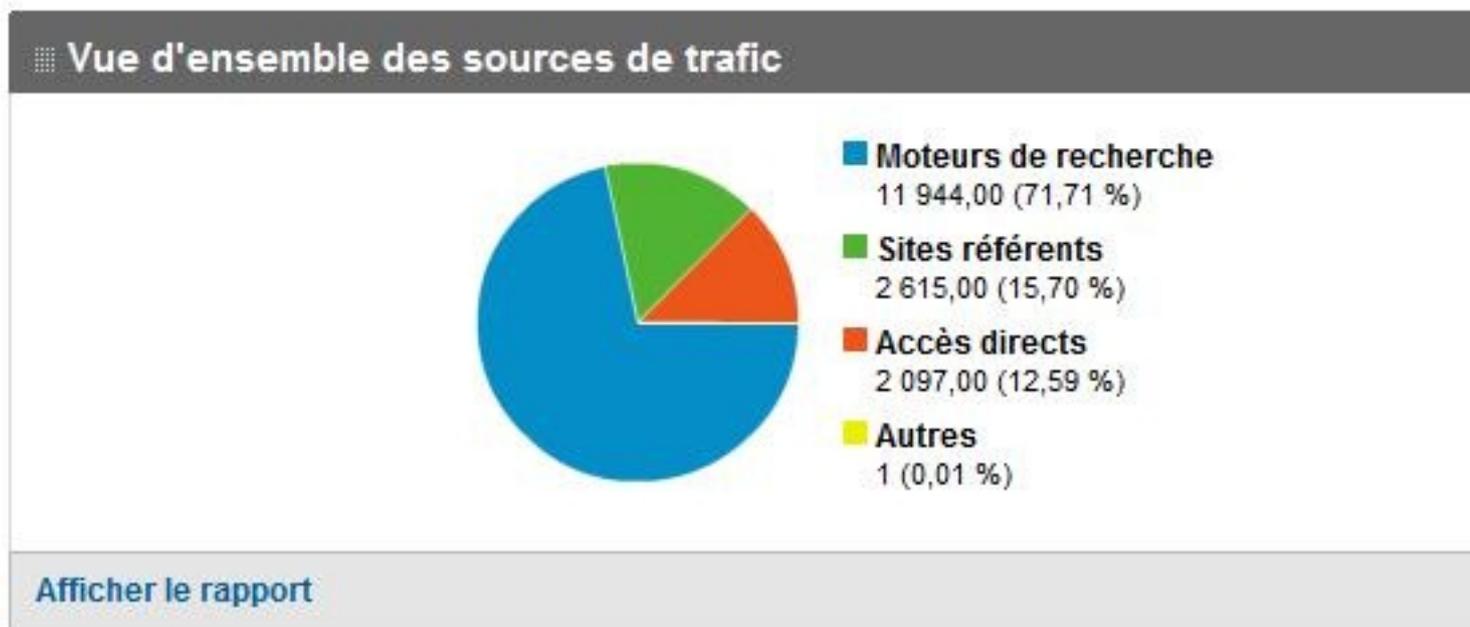
Jusqu'à présent, il était possible de mesurer la performance de plusieurs chemins de conversion, de la 1^{ère} étape du tunnel jusqu'à l'achat. A présent, avec le Flow Visualization vous pouvez segmenter cet entonnoir par source de trafic ou par type de visiteur et comparer directement ces différents segments : mon tunnel de conversion est-il plus performant quand les visiteurs proviennent de Google AdWords ou d'une campagne email ? Comment se comportent mes nouveaux visiteurs face au processus d'achat, par rapport aux visiteurs qui connaissent déjà mon site ? Ces rapports permettront aux e-commerçants de pousser l'analyse bien plus loin que le simple tunnel unique qui était leur disposition aujourd'hui.

Marketing insights : le cocktail Google trends et Insights

Avec l'intégration de ces nouveaux outils de benchmarking, vous accédez à deux nouveaux rapports d'analyse : le "Brand positioning" et le "Campaign effectiveness".

Ces deux rapports permettent aux sites d'e-commerce de mieux comprendre leur marché, le positionnement des marques les unes par rapport aux autres sur un mot-clé défini, mais également l'impact d'une communication ratée sur internet ("bad buzz") ainsi que les résultats d'une campagne offline. Des fonctionnalités très appréciées par les directions marketing pour analyser leurs opérations de communication multi-canal.

Google Analytics Premium : le clou de la conférence !



La version payante de Google Analytics a été annoncée à 150 000 \$ par an ce qui la place sur un pied d'égalité avec son principal concurrent Omniture. Par rapport à la version gratuite, Google Analytics Premium propose des fonctionnalités beaucoup plus évoluées qui intéresseront les grands comptes :

- La collecte de données en temps réel ;
- La restriction de pages vues par mois relevée à 1 milliard (contre 10 000 000 actuellement) ;
- La fin de l'échantillonnage des données ;
- Un modèle d'attribution des conversions sur-mesure (1er clic, dernier clic, linéaire, etc.) ;
- Un support client entièrement dédié.

"L'importance que Google porte à son produit Google Analytics conforte notre volonté d'utiliser en priorité cette solution pour mesurer les indicateurs-clés de performance des sites web de nos clients. Et l'annonce d'une version payante de Google analytics ne dévalorise en rien sa version gratuite qui devient, elle aussi, de plus en plus puissante et évoluée" a commenté, **Alexandre Garnier**.

La version gratuite de [Google Analytics](#) équipe plus de 90% des sites web dans le monde, ce qui en fait l'outil d'analyse d'audience web le plus utilisé, loin devant Omniture et WebTrends.