

RAPPORT GOOGLE ANALYTICS 4

WEBUNIFR 2023

LE CONTEXTE

Google Universal Analytics (UA) a cessé de fonctionner depuis le 1er juillet 2023. La nouvelle version Google Analytics 4 (GA4) marque une rupture avec la version précédente. Il n'est plus possible de maintenir votre code au sein de MODX pour des raisons techniques et juridiques (nouvelle loi sur la protection des données en septembre prochain).

Afin d'assurer une continuité et de vous livrer les informations que vous consultiez autrefois, un tableau de bord dynamique a été configuré et implémenté dans votre site pour vous livrer les principales métriques statistiques.

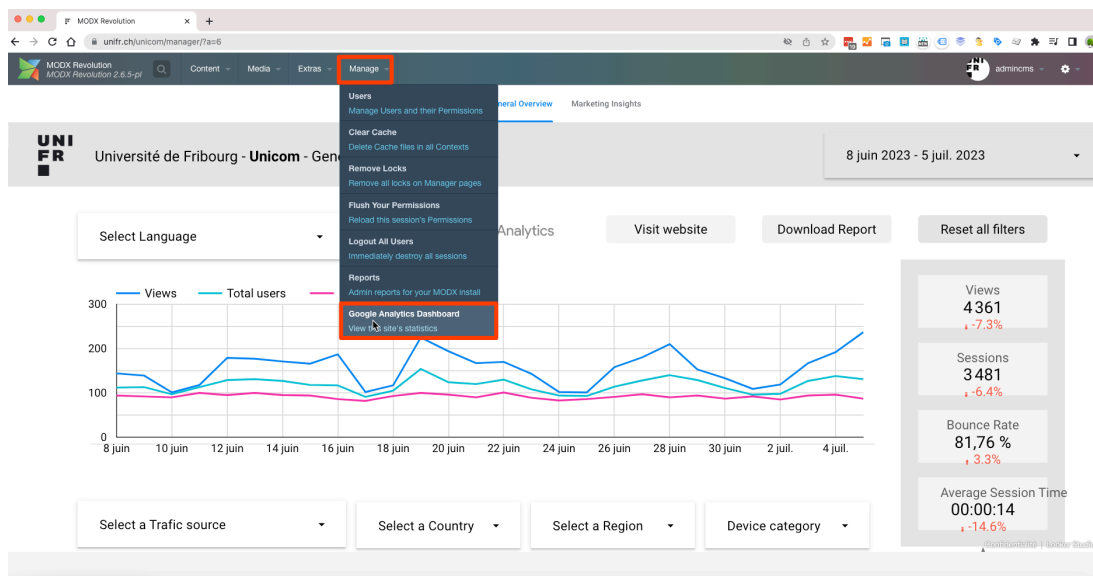
Vous pouvez consulter directement au sein de MODX les principales informations concernant la fréquentation de votre site et exporter les résultats sous forme de rapport.

Si vous ne disposez pas encore de ce rapport : merci de nous contacter : webmaster@unifr.ch

LE RAPPORT

CONSULTATION

Le rapport est accessible via l'interface manager de MODX, dans le menu "Manage" > "Google Analytics dashboard".



NAVIGATION

Le rapport se compose de 2 pages (onglets) :

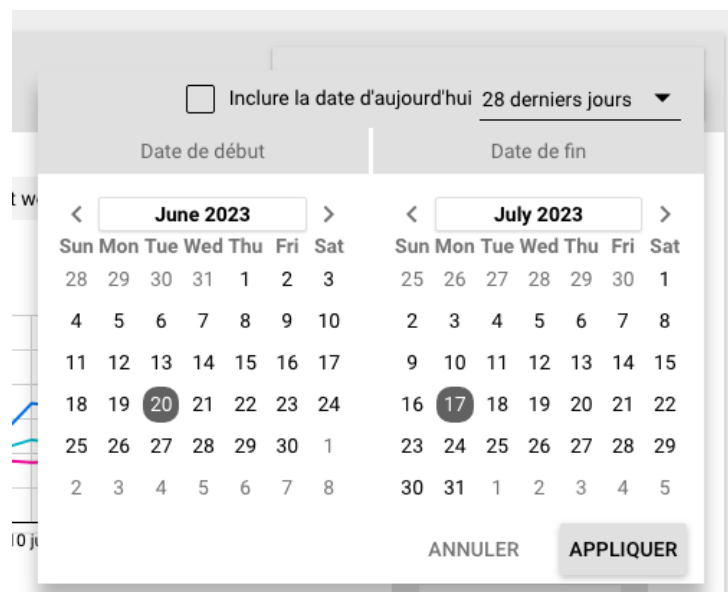
- la première *General overview* présente les informations principales qui vous seront le plus utiles
- la seconde *Marketing insights* présente des informations orientées marketing : campagnes UTM, mots-clefs de recherche...



DEFINITIONS, DONNEES & SELECTIONS

Le rapport se compose de **données statistiques**, de **tableaux** et de **graphiques**.
Un certain nombre de **filtres** sont également disponibles afin d'affiner votre choix.

Plage de date : par défaut est celle des *28 derniers jours*.



Select language : ce filtre vous permet de ne sélectionner que la ou les langues de votre choix

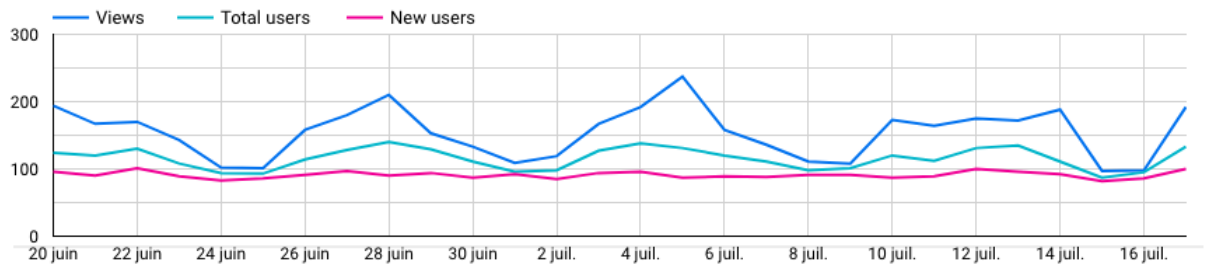
Visit website : lien vers votre site web public

Download report : Téléchargement du rapport sous forme de PDF

Reset all filters : rétablit la vue par défaut sans aucun filtre ni pré-sélection



Nombre de vues/users de vos pages durant la période de temps choisie :



Views : Le nombre total de fois où les utilisateurs ont vu votre page web.

New users : Nombre d'utilisateurs ayant interagi avec votre site ou lancé votre application pour la première fois

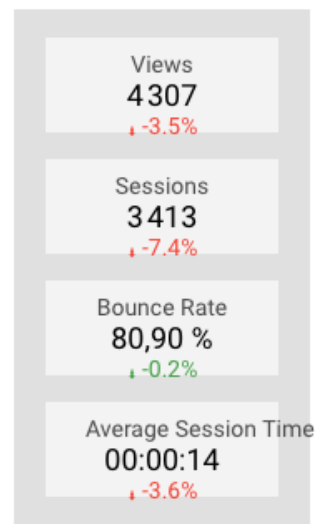
Remarque :

Vous pouvez voir les chiffres d'un jour en particulier au passage de souris sur ce graphique

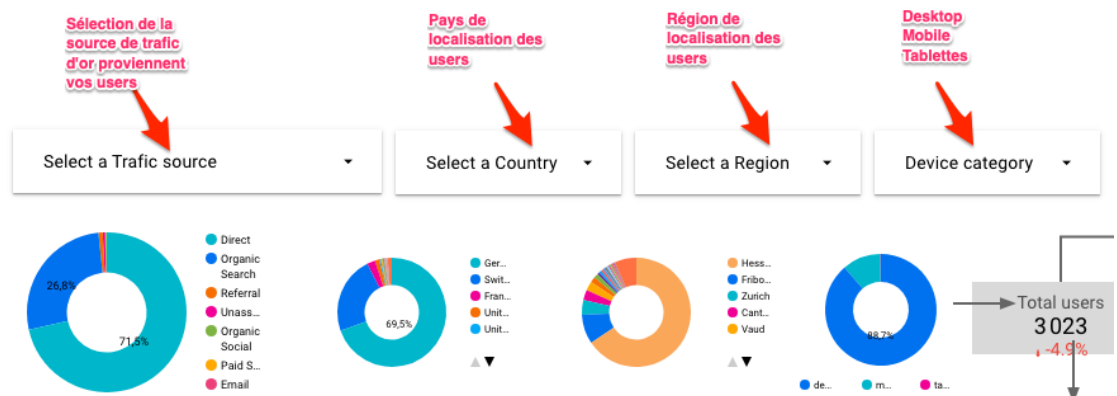
Sessions : une session est un groupe d'interactions de l'utilisateur avec votre site web qui ont lieu dans un laps de temps donné de 30 minutes.

Bounce rate : Le taux de rebond est l'inverse du taux d'engagement. Le taux de rebond correspond au nombre de sessions avec consultation d'une seule page divisé par l'ensemble des sessions, ou au pourcentage de l'ensemble des sessions sur votre site au cours desquelles les users n'ont accédé qu'à une seule page et n'ont déclenché qu'une seule demande

Average session time : temps moyen qu'un user passe sur votre page web



Filtre par device/région/pays/source :



Country : pays dans lequel l'activité de l'utilisateur a été enregistrée.

Région : zone géographique dans laquelle l'activité de l'utilisateur a été enregistrée.

Vue d'ensemble du tableau principal de consultation de vos pages par Urls :

Paste an URL from your browser :

Or select a Page title using a keyword

Reset chart filters

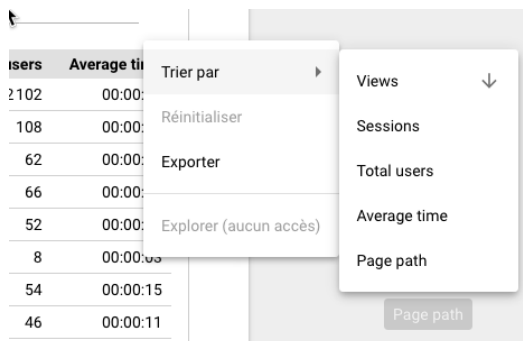
Recherche d'une Url précise

Recherche par Titre de page (balise Title)

	Page path	Views	Sessions	Total users	Average time
1.	/unicom/fr/	2 149	2 122	2 102	00:00:00
2.	/unicom/fr/promotion/merchandising/articles/	209	191	108	00:00:41
3.	/unicom/fr/promotion/merchandising/points-de-vente/	137	80	62	00:00:20
4.	/unicom/de/promotion/merchandising/artikel/	101	86	66	00:00:57
5.	/unicom/de/	74	70	52	00:00:13
6.	/unicom/fr/publications/revue-de-presse/	69	68	8	00:00:03
7.	/unicom/fr/graphisme/corporate-design/telechargements/	64	73	54	00:00:15
8.	/unicom/de/grafik/corporate-design/downloads/	57	68	46	00:00:11
9.	/unicom/de/news-events/news/	52	53	45	00:00:04
10.	/unicom/de/promotion/merchandising/verkaufsstandorte/	52	32	26	00:00:22
11.	/unicom/fr/unicom/team-unicom.html	39	37	30	00:00:26
12.	/unicom/fr/graphisme/photos/	38	46	24	00:00:13
13.	/unicom/fr/graphisme/corporate-design/identite-visuelle/	37	28	24	00:00:11
14.	/unicom/fr/unicom/service/	37	27	24	00:00:30
15.	/unicom/de/news-events/news/13696/ependymzellen-heilen-verletzungen-in-der-gehirnwand	36	34	27	00:00:26
16.	/unicom/fr/news-events/actualites/	35	15	11	00:00:25
17.	/unicom/de/grafik/fotos/	33	31	11	00:00:05

Remarque :

- En sélectionnant (clic) l'url de votre choix dans la liste, les données concernant cette url s'affichent et s'adaptent dans les graphiques et diagrammes précédents.
- Vous avez la possibilité de filtrer/ordonner le tableau par Nombre de views/sessions/users... décroissantes en cliquant sur les 3 points en haut à droite de ce tableau



Nombre de téléchargements de vos fichiers : le tableau vous présente le nombre de vos fichiers et documents les plus téléchargés sur vos pages

Total PDF Downloads

232

+43.2%

	File Download on Website (url)	Nbr
1.	https://www.unifr.ch/unicom/fr/assets/public/uploads/graphisme/telechargement/logo_unifr.zip	40
2.	https://www.unifr.ch/unicom/de/assets/public/uploads/graphisme/telechargement/logo_unifr.zip	25
3.	https://www.unifr.ch/unicom/de/assets/public/uploads/graphisme/cd_correspondance/templates.powerpoin	22
4.	https://www.unifr.ch/unicom/fr/assets/public/uploads/documents/manuel_corporate_design/unf_manual_ci	21
5.	https://www.unifr.ch/unicom/fr/assets/public/uploads/graphisme/cd_correspondance/templates.word.unif	15
6.	https://www.unifr.ch/unicom/fr/assets/public/uploads/graphisme/cd_correspondance/templates.powerpoin	11
7.	https://www.unifr.ch/unicom/fr/assets/public/uploads/redaction/regles/Regles_Typographiques_Doc_trav	10

1 - 43 / 43 < >

MARKETINGS INSIGHTS – CAMPAGNES (UTM)

Les campagnes permettent de suivre et mesurer la provenance de vos utilisateurs et identifier les flux sur vos différentes opérations de promotion.

Exemple : une newsletter email / une news sur votre site web, une affiche avec QR code....

Les codes de type UTM sont utilisés avec les outils Google pour identifier les URL et capturer les informations en provenance de vos visiteurs. Ils figurent à la suite de l'Url de votre page cible sous la forme :

`www.unifr.ch/unicom/mapage.html?utm_source=LASOURCEDEMACAMPAGNE&utm_medium=LEMEDIUMUTILISE&utm_campaign=LENOMDEMACAMPAGNE`

Le tableau ci-dessous rassemble les indicateurs UTM de vos campagnes afin d'en mesurer l'impact.

Trouvez le nom de campagne de votre choix:

Select a Campaign  Download Report

Session campaign	Session source	Session medium	Total users
2023	redirect	web	1
careerforum2024	affichefr	print	1
howareyou21	sondage	email	1
infoday2021	redirectde	web	1

1 - 4 / 4 < >

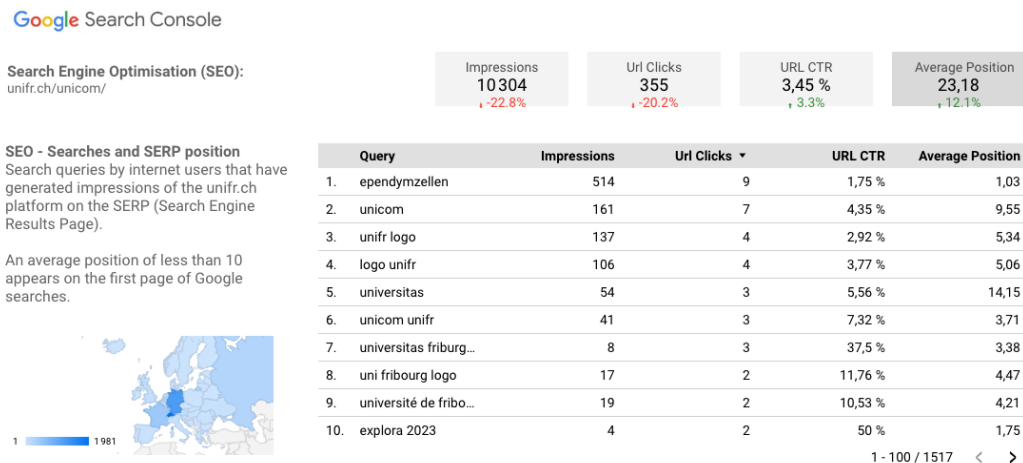
Remarque :

Le système a ses limites : il peut arriver que certaines campagnes apparaissent dans votre liste sans que vous en soyez à l'origine : ignorez-les simplement...

GOOGLE SEARCH CONSOLE

Ce tableau vous permet de voir les requêtes de recherche des internautes (mots clefs **Query**) qui ont généré des impressions de vos pages unifr.ch sur la SERP (Search Engine Results Page / Page de résultats de Google).

Une position moyenne (**Average position**) de moins de 10 apparaît sur la première page des recherches Google.



Impressions : nombre de fois où une personne a vu un lien vers votre site sur la page de résultats Google

Url clicks : nombre de fois où une personne a cliqué sur un lien de Google vers votre site

URL CTR : taux de clicks (rapport Impressions/URL clicks)

Average position : classement relatif de la position de votre lien sur la page de résultat Google, où 1 correspond à la position la plus élevée, 2 à la position suivante, et ainsi de suite. Affiché uniquement pour les résultats de la recherche Google.

CONTACT

webmaster@unifr.ch