

# *Analyser le trafic d'un site internet*

## **I) Définition**

Le trafic d'un site internet correspond au nombre de visites qu'il y a eu sur ce dernier sur une période donnée. Ce trafic peut se mesurer grâce à des outils de tracking et le consentement des utilisateurs et utilisatrices pour utiliser les données personnelles dans le cadre de mesure d'audience.

## **II) Mettre en place le suivi du trafic**

Pour mesurer le trafic d'un site internet, il faut utiliser un outil permettant de capter et d'identifier les données des utilisateurs et utilisatrices naviguant sur le site. Ces outils doivent être conforme aux règles RGPD en vigueur.

L'outil de mesure de trafic le plus connu est **Google Analytics**. Il est utilisé par 53 % des sites internet dans le monde. C'est un outil gratuit proposé par Google.

## **III) Analyser le trafic**

Pour analyser le trafic et comprendre le comportement des utilisateurs et utilisatrices qui viennent sur son site, il faut observer des indicateurs précis qui reflètent la qualité de son offre ainsi que l'ergonomie de son site internet.

### **1) Pages vues par visite**

Nombre de pages vue par un utilisateur / une utilisatrice lors de sa visite sur le site.

### **2) Taux de rebond**

Nombre de visiteurs en pourcentage ayant quitté le site après avoir visité une seule page.

### **3) Durée moyenne par visite**

La durée moyenne par visite correspond au temps moyen passé sur un site internet lors de la visite d'un utilisateur / utilisatrice.

Également, pour mieux comprendre d'où proviennent les utilisateurs et utilisatrices, il est nécessaire d'analyser le trafic par source d'acquisition : Organic search (trafic des moteurs de recherches), Referral, réseaux sociaux, paid search, display, e-mailing, direct, etc.