

1 Objectifs de la page

Questions à se poser en premier lieu

- Quels sont les objectifs de la page pour votre société ?
- Pour les visiteurs ?
- Avez-vous le sentiment qu'il y a des points de frictions ?

5 min.

Prendre le temps de réfléchir à l'intérêt de la page est clé pour améliorer son efficacité !

2 Contexte d'analyse

Dans la barre de Contexte d'analyse et la Cartographie

- Choisissez la **bonne période** (homogène, aucune campagne d'acquisition particulière...) et le device.
- Choisissez la **bonne cartographie** (exhaustive et détaillant les pages que vous allez étudier).



1 à 10 min.

3 Population

Sur la page d'accueil de l'outil

- Vérifiez le volume du trafic sur l'**atteinte de la page**.
- Vérifiez le volume de trafic sur l'**atteinte de l'objectif** identifié de la page.



2 à 5 min.

Si la population est trop faible pour être étudiée, augmentez la période.

4 Parcours

Dans le Parcours de navigation, segment "Atteinte de la page"

- Réduisez le contexte à la **population** (segment) **qui atteint la page**
- La page est-elle une **landing** importante (1/3 des visites) ?
- Que font les visiteurs **après cette page** ? Quels sont les grands chemins de navigation ?
- Regardez les parcours qui ont **conduit à cette page**.



10 à 15 min.

Un comportement inattendu ? Mettez-le de côté dans le tableau de suivi des analyses !

5 Données clés de la page

Dans le Comparateur de pages

- Sélectionnez l'**objectif de votre page** dans la colonne conversion.
- Regardez les **données clés de votre page**, par ex :
 - Pourcentage de page scrollée par rapport à taille de la page
 - Temps passé moyen sur la page
 - Temps de chargement (plus de 3 sec. est considéré comme trop élevé)
- Comparez les métriques entre les segments des « **Bons élèves** » (ont réalisé l'objectif de la page) et « **Mauvais élèves** » (ne l'ont pas réalisé).
- C'est une **landing** ? Comparez les métriques entre « bouncers » et « non bouncers ».



10 à 15 min.

Une métrique révèle une anomalie ? Ajoutez-la au tableau de suivi des analyses !

6 Usage de la page

Dans les données de zones

- Vérifiez la **tendance globale** de consommation de la page. (Taux d'exposition et taux de clic)
- Y a-t-il des taux d'**engagement** élevés sur des éléments peu exposés ? (Taux d'engagement et taux d'exposition)
- Y a-t-il des éléments non cliquables qui sont **cliqués** ? (Taux de clic et récurrence de clic)
- Y a-t-il des zones **peu exposées** qui convertissent bien vers l'atteinte de l'objectif ? (Taux d'exposition et taux de conversion par clic)
- Les **premiers** éléments cliqués sont-ils les plus pertinents de la page ? (Temps avant premier clic)
- Pour aller plus loin, posez-vous ces questions en comparant les **Bons et Mauvais élèves** (en réutilisant les segments de la section précédente).



20 à 40 min.

Vous avez identifié un Insight ? Ajoutez-le au tableau !



← Scannez le QR Code pour accéder à la version en ligne.

C'est fini ! Utilisez le tableau de suivi pour passer à l'action !

