

Compte-rendu – Mesure d’audience d’un service en ligne

Partie 1 : Étude de la mesure d’audience d’un service en ligne

Définition : *En quoi consiste la mesure d’audience d’un service en ligne ?*

La mesure d’audience d’un service en ligne consiste en l’analyse de l’intensité des fréquentations d’un site internet ou de tout autres services disponibles sur internet ou bien un réseau, en passant par exemple par l’intermédiaire d’outils d’audience tels que *Google Analytics*, *Alexa*, *Piwik*.

Intérêts : *Pourquoi mettre en œuvre une mesure d’audience d’un service en ligne ?*

Mettre en œuvre une mesure d’audience d’un service en ligne offre plusieurs intérêts. En effet, cette dernière permet de connaître à un instant T si un service en ligne est dynamique et suscite de l’intérêt auprès des internautes et auprès de potentiels clients, notamment dans le cas de notre site WordPress, WorldTour, agence de voyage proposant diverses destinations.

Moyens de mise en œuvre (Comment ?) : *Quels types de techniques et outils permettent la mise en œuvre d’une mesure d’audience d’un service en ligne :*

- *En général ?*
- *Dans le cas d’un site WordPress ?*

De manière générale, globalement, il existe moult outils permettant la mise en œuvre d’une mesure d’audience d’un service en ligne. Parmi eux, nous pouvons par exemple trouver : *Google Analytics* qui a pour principale caractéristique de fonctionner sur tous les outils Google, ainsi que d’être gratuit.

Également, nous pouvons trouver *Piwik* qui est totalement gratuit et qui a pour principale caractéristique de pouvoir être installé sur son poste de travail.

Enfin, nous pouvons également parler de *KISSinsights* qui est partiellement gratuit et qui permet de faire des insertions et des analyses de questionnaires visiteurs dans les pages du site lui-même.

Globalement, il existe trois solutions permettant de mesurer le trafic d'un service en ligne :

Dans un premier temps, nous avons *L'exploitation des journaux* (les fichiers des logs, des historiques) du serveur des services en ligne par un outil spécifique. Dans ce cas là, il nous faut choisir un outil capable d'analyser les journaux d'activité du serveur web, ainsi que de réaliser un tableau de bord contenant les principaux indicateurs de fréquentation du service en ligne.

Dans un second temps, nous avons *Le développement d'un système de statistique ad hoc*. Sur un site web, il est possible, de stocker à chaque chargement d'une page des informations concernant le visiteur afin de les exploiter ultérieurement. Pour les sites web possédant un trafic important, ce type de dispositif peut provoquer une charge du processeur importante et un fort taux d'activité de l'espace disque, notamment si les données collectées sont stockées dans un système de gestion de base de données. Cela pourrait engendrer des problèmes techniques, et donc il faudra prévoir des machines puissances et avec plusieurs exemplaires de ses principaux composants.

Enfin, dans un dernier temps, nous avons *L'utilisation d'un service de mesure d'audience*. Ce système consiste à insérer dans chaque page un *marqueur* permettant au service de mesure du trafic de collecter les données sur un serveur. Ce type de service a l'avantage d'économiser des ressources matérielles car l'ensemble des traitements est réalisé sur le serveur distant

Dans le cas d'un site WordPress, nous pouvons, spécifiquement installer un plugin pour effectuer cette mesure d'audience. Chacun des trois moyens précédemment cités ont un point commun.

Pour notre cas, nous employons donc la troisième technique pour mettre en place cette mesure d'audience, il s'agit donc de *L'utilisation d'un service de mesure d'audience*, où notre plugin/extension sert de *marqueur*, dans la procédure. Une fois le plugin en question installé, la *Mesure de l'audience* peut instantanément commencer.

Parmi les différents plugins WordPress pour mesure d'audience, nous trouvons par exemple : *AFS Analytics*, *WP Statistics*, *MonstreInsights*, *Clicky Analytics* ou bien *Adobe Analytics*.

Partie 2 : Mise en œuvre de la mesure d'audience d'un service en ligne

*Mettez en place un outil de mesure d'audience sur votre site WorldTour et testez-le.
Quel outil avez-vous choisi ? Pourquoi ?*

Dans notre cas, le plugin/extension que nous avons choisi, porte le nom de AFS Analytics. Toujours dans ce cas là, nous employons donc évidemment la troisième technique pour mettre en place cette mesure d'audience, il s'agit donc de *L'utilisation d'un service de mesure d'audience*, où notre plugin sert de *marqueur*.

Voici le lien redirigeant sur sa page de téléchargement WordPress :

<https://fr.wordpress.org/plugins/addfreestats/#installation>

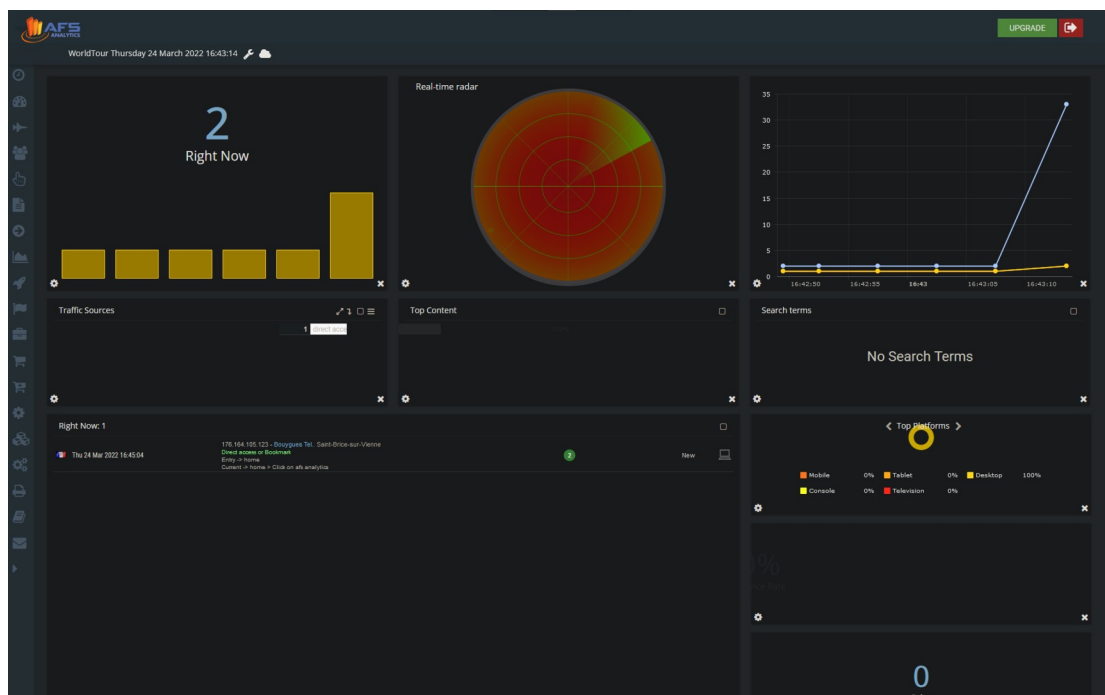
Nous avons choisi *AFS Analytics* pour notre mesure d'audience sur notre site WordPress car ce dernier est facile d'utilisation, très intuitif et très ergonomique.

Sur le côté gauche, nous avons un bloc indiquant le nombre de visiteurs actuellement en ligne sur le site. Juste en dessous de ce bloc, nous avons également les *Sources de trafic (Traffic Sources)*.

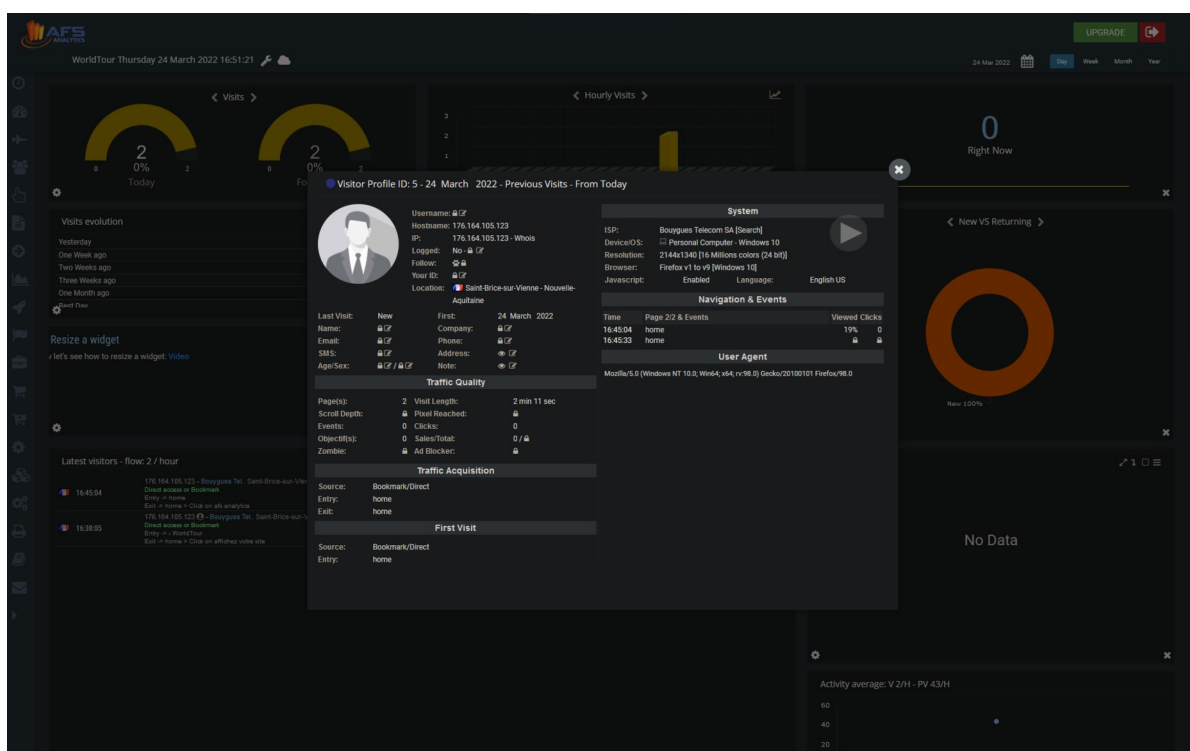
Au centre, nous avons un radar en temps réel qui permet d'analyser certaines données dont nous ne connaissons pas la source.

Sur le côté droit, nous avons un graphique se mettant automatiquement à jour, montrant l'évolution et la variation du nombre de personnes connectées en même temps sur le site. Également, il y a juste en dessous un bloc indiquant quelles plateformes sont les plus utilisées pour naviguer sur le site, telles que les ordinateurs, les télévisions ou bien encore les téléphones mobiles.

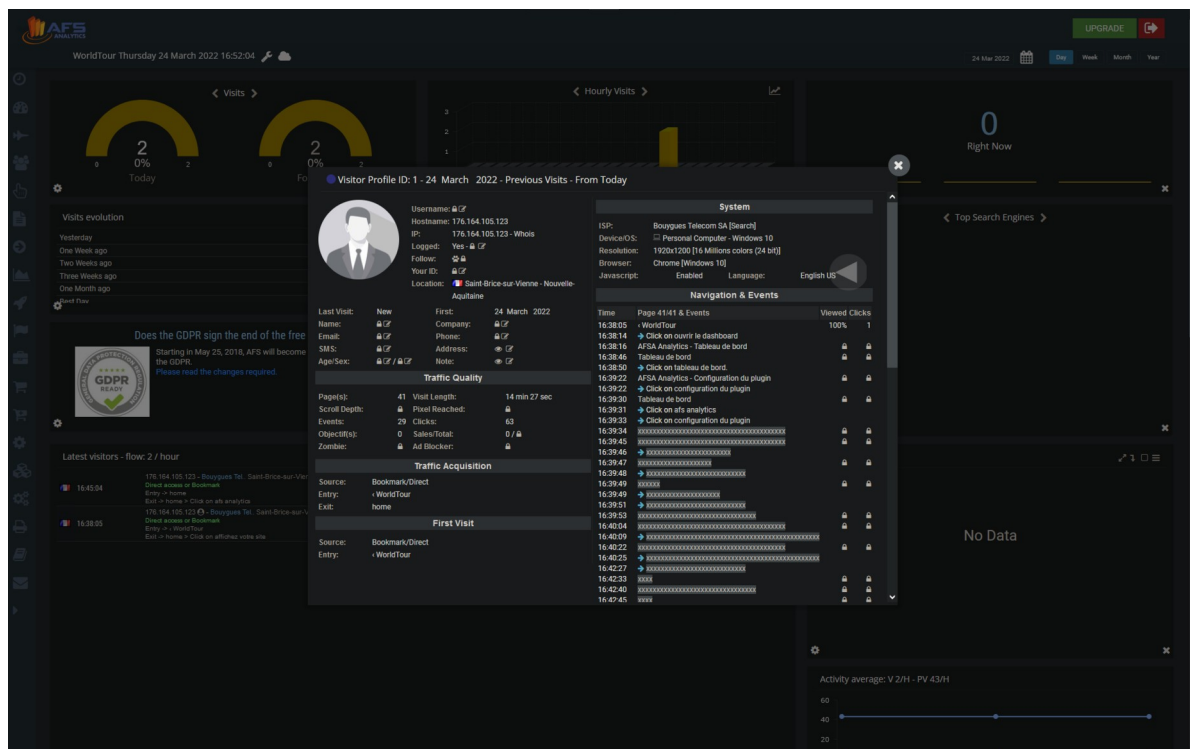
Enfin, nous avons un petit bloc en bas à droite nous indiquant les revenus totaux que notre site a générés (bloc *sales*).



Informations type provenant de *AFS Analytics*, lorsqu'un visiteur/client se rend sur notre site WordPress :



Informations type provenant de *AFS Analytics*, lorsqu'un administrateur se rend sur notre site WordPress :



Quelles informations fournies par l'outil vous semblent les plus intéressantes ? Pourquoi ?

Quelques informations fournies par l'outil, nous semblent les plus intéressantes. Parmi elles nous pouvons par exemple parler du graphique des connections simultanées. Celui-ci est assez intéressant car il nous permet de connaître quels sont les jours et les horaires où notre site est le plus fréquenté. Dans le même registre, nous pouvons aussi comptabiliser le bloc juste en dessous de ce graphique, nous permettant d'avoir une idée des plateformes visuelles les plus utilisées (les plus courantes sont évidemment les smartphones et les ordinateurs).

Aussi, dans le cadre d'un site vivant principalement de la publicité, connaître un ordre de grandeur quant-à la potentielle somme d'argent générée, peut être important pour la pérennité du site.

Pour en revenir à la situation précédente, nous pouvons aussi évoquer le bloc *Top Content* au centre de l'écran, nous permettant de connaître quelles sont les pages du site les plus visionnées, et donc par conséquent, celles qui portent le plus d'intérêt.

Enfin, nous pouvons aussi connaître l'identité des visiteurs actuellement en ligne sur notre service web (en l'occurrence, les visiteurs de notre site WordPress).