

Séance 5

Noms de domaine et URLs Web analytique

INF 777

Automne 2017



Plan de la séance

- 1. Noms de domaine et URLs
- 2. Transferts FTP
- 3. Web analytique
 - Métriques Web / Mesures de performance / Statistiques de fréquentation

1. Termes et standards

- ❑ **TCP/IP** (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*) : Un ensemble de protocoles et de règles de communications
- ❑ Protocoles spécialisés (applications) :
 - **http**: *hypertext transfer protocol*
 - **ftp**: *file transfer protocol*
 - **smtp**: *simple mail transfer protocol*

 - **mailto**: protocole d'envoi courriel par url

1. Termes et standards

- ❑ **Adresses IP:**
 - <http://74.125.127.147/> (IPv4)
 - [http://\[2001:f68:0:0:0:0:1986:69af\]/](http://[2001:f68:0:0:0:0:1986:69af]/) (IPv6)
- ❑ **DNS** (*Domain Name Service*)
Noms de domaines: <http://www.google.ca>
- ❑ **Routage IP**
Chemin par lequel l'information circule (ex. : de votre ordinateur, au serveur de votre FAI, au serveur du site Web appelé)

- ❑ Pour identifier l'adresse IP ou le nom de domaine : <http://cqccounter.com/whois/>

1. Noms de domaine et URLs

- ❑ Où est-on susceptible d'observer un URL?
(Uniform Resource Locator)
- ❑ Choix du nom de domaine
 - www.igorinternational.com/process/company-product-names.php
 - <https://moz.com/blog/how-to-choose-a-domain-name-whiteboard-friday>
- ❑ Court, facile à épeler et à mémoriser
 - Le nom sera aussi utilisée pour les adresses courriel
 - Attention aux lettres muettes (*Sport Expert, Sports Experts...*)
 - Attention aux mots collés qui changent de sens...
> utilisation du tiret, mais idéalement pas plus de deux dans le nom complet
 - *Experts Exchange* :

www.expertsexchange.com
www.experts-exchange.com



1. Noms de domaine et URLs

- ❑ Prévoir plusieurs noms de domaine pointant vers le site
 - Variantes de suffixes : .com, .ca
 - Cas des élections A-2008 :
www.presentpourlequebec.org vs
www.presentpourlequebec.com
 - Variantes d'orthographe (erreurs usuelles):
 - del.icio.us > www.delicious.com
 - www.gogle.com, googl.com > www.google.com



1. Noms de domaine et URLs

- Noms de domaine composés de mots clés
 - Service de *Web forwarding* permettra de diriger tout ces noms vers un site (ex.
www.partivert.ca vers www.greenparty.ca/fr/)
 - Service de *Masking* permet de conserver le nom initialement tapé, si souhaité (ex.: site bilingue avec deux noms de domaine dans les deux langues)
 - www.conservateur.ca / www.conservative.ca
- Ex.: Hôpital Sainte-Justine (www.chusj.org)
- www.hsj.qc.ca
- www.chu-sainte-justine.org
- www.sainte-justine.org

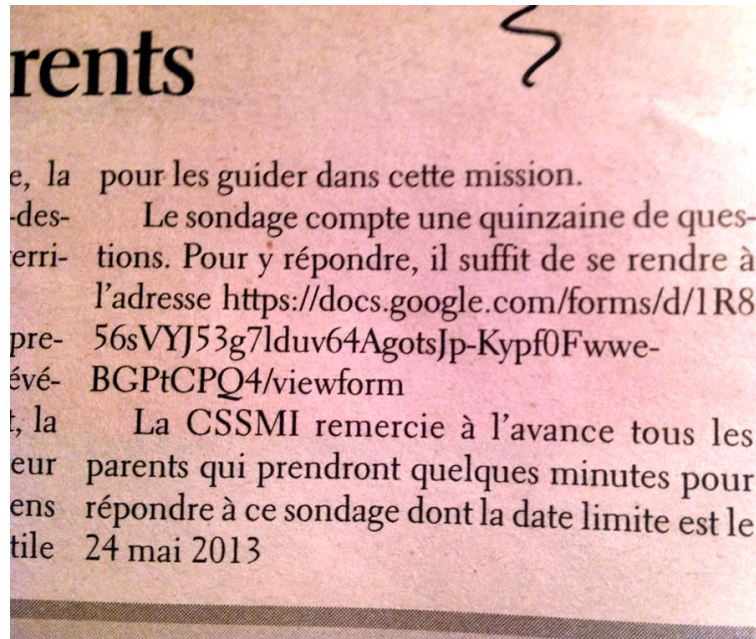
1. Noms de domaine et URLs

- ☐ Configurer des sous nom de domaine (sous-domaines / *subdomains*) pour les sections importantes
 - recherche.chusj.org
 - auto.lapresse.ca
- ☐ Créer des micro-sites
 - www.bell.ca > www.solomobile.ca
 - www.montoit.ca > www.lapresse.ca/maison/

1. Noms de domaine et URLs

URLs

- ❑ Prévoir des **URLs courts** : 78 caractères et moins
 - E.g. Pour faciliter le copier-coller dans les courriels et éviter les retour à la ligne qui « coupent » l'url. Pour faciliter la publication sur papier, l'accès à l'aide d'appareils portables (iPhone) etc.
 - Moins de chance de vous faire « raccourcir » vos urls par les outils spécialisés dans les réseaux sociaux (Twitter / www.bit.ly)
 - De tels urls insérés dans des courriels sont parfois filtrés par les logiciels anti-pourriels.



Je vais téléphoner aujourd'hui à Manuvie pour demander une preuve d'assurance. Aussi pour valider la procédure en cas de besoin.
[Superbe URL.](http://www.manulife.ca/wps/portal/manulife.ca/Manulife.caHome/Groupbenefits/products%20and%20services/out%20of%20province%20or%20country/gb_prod_outof_emergproofcoverage/lut/p/b1/hdD.JkqJaEIdhZ-kHsEq4jEuRQThyQGbzEiCCqAyJFAJP39Udd3urc5cRf0ZGfRCxVTSZ3NdZVM99Nnjz57wgW5AqPqhKbLAaGBwHrC8cEK6JXwHlx-CM.rXfUTF7oWxmpfxVg23XAKEVzvbm6aPdCkr6b09GoKRM7fJkNKkx3ifl9m9DZKkYtJqO2mjJ99-juVqVc-Mh3Z2o8ne1ZliZfnz83EXP76IFXTDrZuTc5p6D1wVB1mfHPM.Jwld90hnnGBUqfZ1DcN23ml8beJuHPP7I21p8WPcTL3hFpScJnliPQsM2NPQl-sDKc1mKJvzEIWJ8C42no5jvbUfEKqbbp6tmu4zbBz4Gizy5yef_36zwv-Z_bwl.y.v1n-bJT9mf9T_Bj-8uXwHqmqZsow0igWRaWaME_KwFOglWl7yqRiY1GvWQdjazW0E1yBKAVP7XmEL3p76dlmv2eRq0y9FNmkJF4TrUS5QjSYICUpziV0A3kvd6QWAWVSSZ13H--i-4APXhJ4mqY5keaQAIcosAnEJX9Zb8VZsTYwhBzLU1_dhui8ZGP3ltv6fn6YSJzbwR3V1yk5YMeRbblRSNIBI9FanrPb3S4KtvpPo-Af2ThV6JfEKumLlqRSFqhtz89JF1ZnPFdvrO3CsrYOfZ84g8Q0486Z68p_MU6.qlxahR3D3AtePWyceisvus8a4XIDkLJ9GfYwP6UFatcVnd88s3g--Wbs0q46BcwBDtDH3pAdZ5Kf8VX3LBJGHHcyOwrlYVFTwUDFQvKrLJgB_XdL0BULFIfm-K-a3fnMVTChyHLobNXbBfGLbpSE_Q3Q6wup/dl4/d5/L0Hskovd0RNUQprQUVnQSEHLzRKVUUVZnl/</p>
</div>
<div data-bbox=)

Aujourd'hui 08:14

<https://voyage.gc.ca/avion/faites-vos-bagages> on peut apporter nos bouteilles thermos VIDES

iMessage



1. Noms de domaine et URLs

- ❑ Prévoir des adresse **faciles à taper**
 - « ~ » et autres caractères spéciaux à éviter
- ❑ Prévoir des urls qui illustrent l'AI du site et qui sont « **trafiquables** »
 - <http://www.usherbrooke.ca/medias/communiques/2016/>
 - <http://www.ikea.com/ca/fr/catalog/products/50242997/>
(comment trouver la version anglaise de cette page?)

Référence: <http://www.useit.com/alertbox/990321.html>

1. Noms de domaine et URLs

Faciliter la communication par les urls

- ❑ url en minuscules
- ❑ utilisez des tirets (-) pour séparer des mots clés plutôt que des underscores (_)
- ❑ utilisez des dossiers de destination avec pages par défaut (index.html, index.php, default.asp) pour les sections du site
 - - www.chu-sainte-justine.org/Accueil/default.aspx
 - + www.site.com/nouvelles/

1. Noms de domaine et URLs

Structure et nomenclature des fichiers et répertoires

- ❑ Utiliser du *url rewriting* pour les adresses complexes:
- www.theglobeandmail.com/servlet/story/RTGAM.20070520.wpoll21/BNStory/National/home/%3A%2F%2F
- ici.radio-canada.ca/nouvelles/techno/2016/09/21/001-google-allo-android-ios.shtml
- *url rewriting* : <http://www.webrankinfo.com/analyses/autres/url-rewriting.php>

1. Noms de domaine et URLs

- ❑ Sachez que les utilisateurs s'arrêtent au URL dans l'observation de résultats de recherche (Google), ou encore dans la barre de statut du navigateur...
- ❑ Prévoir la **pérennité des urls** : la popularité de votre site se bâtit par les sites externes qui y pointent (ex. conserver www.hsj.qc.ca même si l'appellation est périmée)

Source: <http://www.useit.com/alertbox/990321.html>

1. Noms de domaine et URLs

❑ Accès alternatifs : Codes QR (*Quick Response Code*)

- <http://www.qrstuff.com/>



1. Noms de domaine

❑ Quelques fournisseurs...

- *Network Solutions*
- *GoDaddy*
- *Domainsatcost*

- *Likuid*
- *PowWeb*



Voir aussi : <https://www.google.com/about/datacenters/gallery/>

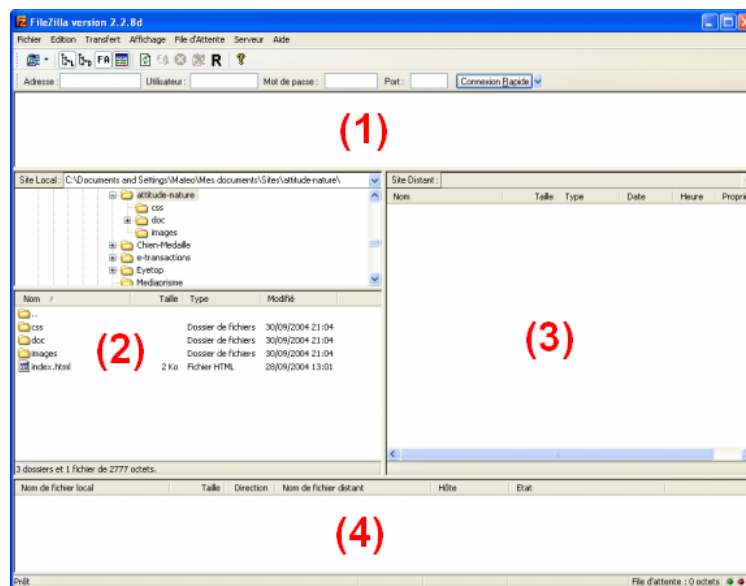
2. Gestion et transfert de fichiers – Outils

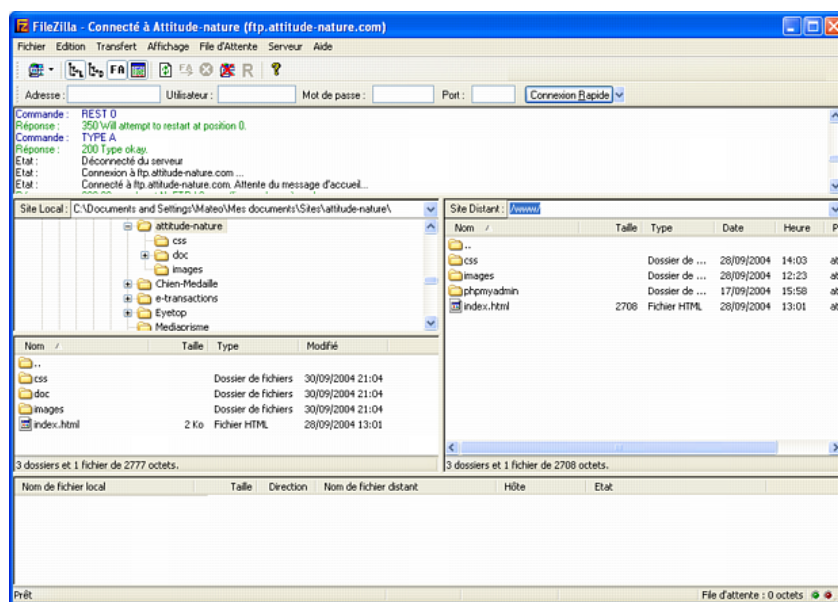
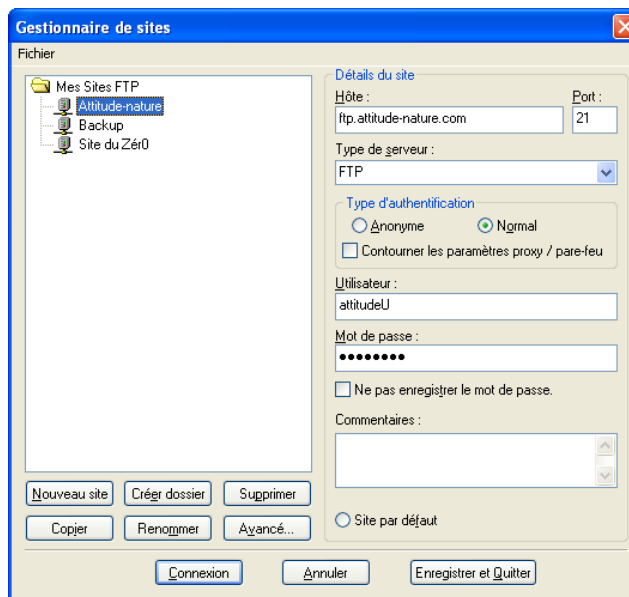
- ❑ Transfert Internet de fichiers volumineux
 - <http://www.usherbrooke.ca/envoi-de-fichiers>
 - <https://www.wetransfer.com/>
 - <https://fr.hightail.com/>
- ❑ Convertisseur PDF
 - <http://www.conv2pdf.com/>
- ❑ Pour renommer une grande quantité de fichiers (ex. images P001757.jpg > automne-2100.jpg)
 - <http://www.ubergizmo.com/how-to/batch-rename-files-windows/> (Win)
 - <http://osxdaily.com/2015/05/28/batch-rename-files-mac-os-x-finder/> (Mac OS)

2. Transferts FTP

❑ Gestion dynamique / synchronisation :
SGC/ Dreamweaver

❑ Transferts manuels :
FileZilla
<https://filezilla-project.org/>





3. Web analytique

(*Web analytics* / Métriques Web / Mesures de performance / Statistiques de fréquentation / Analyse de l'audience d'un site Web)

Étudier les comportements des internautes en analysant la fréquentation qu'ils font de votre site Web :

- D'où viennent-ils? Géographie, autres sites, moteurs de recherche?
- Visitent-ils ce que je souhaite sur mon site?
- Reviennent-ils? Visiteurs nouveaux ou fréquents?
- Combien de temps demeurent-ils sur le site?

> Taux de conversion

3. Web analytique

Outils de statistiques de fréquentation

Logs vs Tags

Logs: Analyse de fichiers logs générés par le serveur (AWStats, Webalizer...)

Tags (marqueurs): Javascript inséré dans le code de chaque page Web à analyser (Google Analytics)

3. Web analytique

❑ Logs

- **Avantages** : Souvent installé par défaut;
Données précises sur la bande passante;
Données sur les fichiers téléchargés (ex. PDF);
Données ne sont pas hébergées chez un tiers.
- **Désavantages** : Certaines données mises en cache par le navigateur ne sont pas comptabilisées;
Données peuvent être faussées (moins de visiteurs en réalité);
Présentation des données peu conviviale.

3. Web analytique

❑ Tags

- **Avantages** : Suivi en temps réel;
Affichage paramétrable (périodes, création de profils liées à des sections spécifiques du site);
- **Désavantages** : données hébergées chez un tiers;
Comptabilise difficilement les fichiers téléchargés (ex. PDF).

3. Web analytique

Outils de statistiques de fréquentation

Webalizer (logs) www.webalizer.com

AWStats (logs) awstats.sourceforge.net

Piwik (logs) www.piwik.org

Webtrends (logs/tags) webtrends.com

Google Analytics / Universal Analytics (tags)
<http://www.google.ca/analytics/>

3. Web analytique

Les données vont différer d'un outil à l'autre...

Considérer des **tendances** plutôt que des chiffres absolus.

Objectifs en valeurs **relatives** : augmentation de 10% vs obtenir 100 visites de plus / mois

3. Web analytique

Définitions et indicateurs:

Visiteurs uniques/Utilisateurs : Visiteurs différents (par adresse IP) sur une période donnée (par jour, par mois) = Taux de fréquentation. Indicateur clé.

Visites/Sessions : Séquence de pages consultées lors d'une session par un visiteur (fin de la session après 30 min d'inactivité)

Pages/Pages vues (impressions) : Nombre total de fois qu'une page est affichée (incluant les visites répétées d'un même internaute)

Page d'entrée : Page d'arrivée sur le site. Parfois seulement 50% via l'accueil...

3. Web analytique

Définitions :

Taux de rebond : % de visiteurs qui quittent sans aller plus loin.

Hits : Nombre d'éléments d'une page affichés (images, composantes d'une page)

Urls référents (referer) : Provenance des visiteurs.

Mots-clés : Mots clés utilisés dans les moteurs pour vous trouver.

3. Web analytique

❑ Nouvelles mesures à l'ère du 2.0

- Une « conversation » : ex.: mesurer le nombre de commentaires dans les blogues, réseaux sociaux
- Un obstacle : la circulation du contenu (Facebook, YouTube, Digg, flux RSS...)
 - Identifier les visiteurs vs abonnés aux fils RSS

3. Web analytique

❑ Nouvelles mesures à l'ère du 2.0

- Décoder Google : Observer le « auto-suggest » de Google en lien avec notre marque
(indique les recherches les plus fréquentes et les termes utilisés par les internautes. Ex. *Mazda problème rouille*)
- *Google Alertes*: Monitorer les blogues, forums, actualités
- *14 choses que vous devriez monitorer en ligne* :
www.michelleblanc.com/2006/08/24/14-choses-monitorer-en-ligne/