



Checklist

COMMENT CHOISIR LES BONS KPI EN WEB ANALYTICS ?

Pour optimiser votre site web, rien de tel que de sélectionner les meilleurs indicateurs de performance (KPIs) pour suivre et analyser vos données.

⚠ A noter: vos performances web ne seront pas les mêmes si vous possédez un site e-commerce ou un site éditorial.

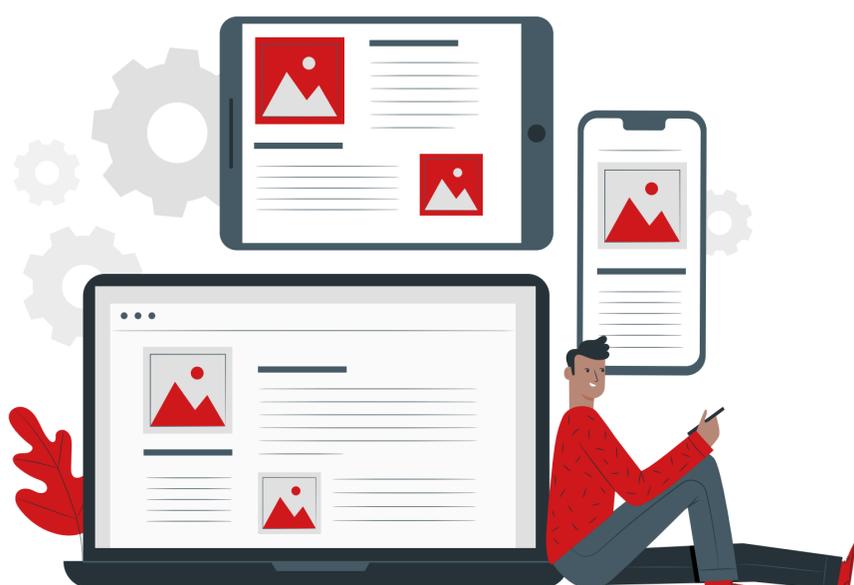
KPIs e-commerce

- Les taux de conversion (Nb de conversions / nb de visites X 100)
- La qualité de trafic (CA / Nombre total de visites)
- Le panier moyen (total CA commandes / nb de commandes)
- Types de vente : quotidienne, hebdomadaires ou mensuelles
- Le taux de conversion du funnel (les internautes qui sont allés au bout du processus d'achat)
- Taux d'abandon de panier (nb de création de panier - nb de commandes / nb création de panier X 100)
- La fidélisation (le CA généré par des clients récurrents)
- Taux de rétention : nb de client revenus / nb clients total sur la période X 100)
- CAC : coût acquisition Client (coût total campagne / nb de conversions)
- Taux de retour ou de remboursement (nb d'articles retournés / nombre d'articles vendus X 100)
- Valeur vie du client (valeur moyenne de commande X nb de ventes répétées X durée de vie moyenne du client)
- Taux de rebond ?



KPIs site éditorial

- Le taux de clic sur les liens publicitaires / d'affiliation sur le site
- La qualité de trafic (CA / Nombre total de visites)
- Le taux d'inscription aux listes de diffusion
- Le taux de clic sur les liens de e-mailing
- Le taux de rebond (nb de visiteurs arrivés sur la page analysée n'ayant vu que cette page / nb total de visiteurs arrivés sur le site via la page analysée)



Dernier conseil : assurez-vous surtout de choisir les indicateurs de performance qui reflètent au mieux les objectifs de votre site web.