

Optimisez les performances de votre contenu

Pour créer des expériences plus intéressantes, offrez à vos lecteurs des contenus plus en adéquation avec ce qu'ils recherchent.

"En superposant nos propres données aux dimensions et statistiques classiques, nous avons obtenu des renseignements intéressants sur les types d'informations que recherchent nos consommateurs."

— **Steve Mummey,**
Director Ad Strategy & Audience
Development chez AccuWeather.

Savez-vous *réellement* ce que souhaitent vos utilisateurs ?

Google Analytics 360 peut vous aider à identifier leurs attentes. Cette solution transforme les données en statistiques pertinentes sur les utilisateurs et leur comportement, que ce soit en ligne, hors ligne ou en déplacement.

Données Google Analytics disponibles

Aujourd'hui, les utilisateurs parcourent le Web sur différents types d'appareils et empruntent de nombreux parcours pour accéder à vos contenus. Vous êtes donc confronté à un véritable défi, qui consiste à effectuer le suivi de toutes les données relatives à ces parcours, à les transformer en statistiques, puis à utiliser ces dernières pour obtenir des résultats.

Analytics 360 a été créé pour atteindre cet objectif et vous permet d'effectuer les opérations suivantes :

- Regrouper les données sur le comportement des utilisateurs dans une plate-forme unique et facile à utiliser
- Analyser les données, les segmenter et créer des rapports les concernant de façon pertinente afin d'obtenir des statistiques intéressantes
- Générer de la valeur pour vos utilisateurs et votre entreprise

Créez un aperçu complet

Commencez par centraliser vos données. Analytics 360 extrait les données provenant de sources en ligne et hors ligne, et de Google.



Online Sources



Offline Sources



Google Sources

Les informations issues de votre site, de votre application, des appareils connectés à Internet et des sources hors ligne sont regroupées au même endroit. Si vous utilisez des plates-formes de monétisation pour éditeurs ou des solutions de publicité Google et DoubleClick, vous pouvez extraire ces informations afin de créer une unique source de données complète à travers tous les points de contact, grâce à des intégrations transparentes et "prêtes à l'emploi".

Découvrez de nouvelles perspectives

La centralisation des données vous permet d'obtenir immédiatement un aperçu précis des utilisateurs. Grâce à des fonctionnalités performantes permettant la création de rapports, la segmentation et l'analyse, vous pouvez examiner le comportement des utilisateurs selon différents critères, tels que les catégories démographiques, les appareils, les canaux, les zones géographiques, etc

- **Étudiez votre activité.** Quel est le contenu le plus populaire ? Qu'est-ce qui suscite un fort intérêt ? Comment les visiteurs se déplacent-ils sur mon site ? Qu'est-ce qui attire les utilisateurs sur mon site et les incite à y rester ?

- **Établissez un lien entre l'expérience utilisateur et les performances.** Pour aller plus loin, associez vos comptes Ad Exchange, AdSense ou DoubleClick for Publishers à Analytics 360. Où les utilisateurs ont-ils quitté votre site en cliquant sur une annonce plutôt qu'en fermant simplement la page ? Quels sont les revenus générés par certains auteurs ou types de contenu ?
- **Approfondissez l'analyse.** Une fois que vous avez collecté les données dans Analytics 360, vous pouvez facilement les exporter vers une solution externe ou d'autres produits Google, tels que BigQuery, afin de les étudier plus en détail ou de les modéliser.

Créez des expériences intéressantes

Si vous avez associé vos comptes Google ou DoubleClick à Analytics 360, vous pouvez facilement mettre en œuvre une stratégie de remarketing intelligente afin d'inciter les utilisateurs à consulter vos contenus et votre site. Toutefois, comment être sûr que l'expérience y est optimale ?

Associez vos plates-formes de monétisation Google et DoubleClick à Analytics 360 afin de générer de la valeur grâce aux statistiques sur les utilisateurs. Par exemple, vous pouvez identifier les audiences pertinentes qui sont peu exposées à vos annonces. Il s'agit, par exemple, de celles dont les niveaux d'intérêt et de monétisation sont élevés, mais qui ne trouvent que quelques articles intéressants sur votre site. Vous pouvez alors produire davantage de contenus susceptibles de les inciter à revenir.



Find your best users and create content for them

Vous avez également la possibilité d'identifier les flux d'utilisateurs les plus intéressants pour chaque session (en termes d'intérêt et de revenus), puis d'ajuster votre site pour guider les utilisateurs à travers ces flux. Cela vous permet d'obtenir des sessions plus longues, plus rentables et plus fréquentes.



Find your best content and guide users through it

Vous souhaitez aller plus loin et personnaliser réellement l'expérience des utilisateurs ? Analytics 360 est intégré en mode natif avec Optimize 360, notre produit de test et de personnalisation, ce qui vous permet d'adapter votre contenu aux différents utilisateurs.

Analytics 360 offre tous les atouts d'une solution d'analyse professionnelle idéale : assistance dédiée et gestion du compte, données sécurisées, informations complètes et toujours exactes.

Ces avantages font d'Analytics 360 la solution professionnelle idéale pour produire des données unifiées sur les utilisateurs, analyser en profondeur leur comportement et créer des expériences dignes d'intérêt.

Vous souhaitez en savoir plus ? N'hésitez pas à consulter notre site Web g.co/analytics360.

À propos de la suite Google Analytics 360

La suite Google Analytics 360 offre des outils d'analyse performants et intégrés, destinés aux plus grandes entreprises. Mesurez et améliorez l'impact de votre action marketing sur tous les types d'écran et canaux, et à chaque moment du parcours client. Facile à utiliser, cette solution permet à quiconque d'accéder aux données afin d'identifier et de partager facilement les "moments de découverte".

Pour plus d'informations, visitez le site suivant : g.co/360suite