Evaluation de vos connaissances sur GA4 / Analyse des performances du Google Merch Shop –

Correction

Période à étudier : du 15/10/2024 au 15/11/2024

1/ Combien de nouveaux utilisateurs sont arrivés sur le site grâce au canal SEO ? **//1pt**

**Ce sont 15 079 nouveaux utilisateurs acquis grâce au canal SEO.**

2/Réalisez une analyse brève (max 8 lignes) sur les canaux d’acquisition des nouveaux utilisateurs. **//3pts**

**Le canal direct est celui qui nous permet d’acquérir le plus de nouveaux utilisateurs (58 591 pour 66,9% du total, suivi du SEO (17,21%). Ces chiffres sont dans la norme pour un site e-commerce. En générant 8,17% des nouveaux utilisateurs du site, le canal des liens référant est plutôt dynamique et supérieur à la norme. Le levier display n’est pas exploité ou peu performant (uniquement 19 nouveaux utilisateurs proviennent du canal display).**

3/ Analyser la conversion du commerce électronique des utilisateurs acquis par le canal « e-mailing ». **//2pts**

**Le taux de conversion du commerce électronique des utilisateurs acquis par le canal e-mailing est largement supérieur à celui de la moyenne du site. Il est de 7,5% alors que la moyenne du site est de 1,86%. Ce canal est donc performant en termes de conversion.**

4/ Quel est le produit qui a été le plus consulté par les internautes sur le site ? Illustrez. **//1pt**

**Le produit qui a été le plus consulté est le Chrome Dino Holiday Lodge Sweater. Il a été consulté 5771 fois.**

5/ Quel est le C.A dégagé sur la période pour le produit Google Kai Blue Sweatshirt **//1pt**

**Le C.A réalisé est de $6831**

6/ Comparez le taux d’engagement du trafic issus des canaux « SEA » et « SEO». Quelles conclusions en tirez-vous ? **//2pts**

**Avec un taux d’engagement de 70,61%, les utilisateurs acquis par le canal SE0 sont beaucoup plus actifs sur le site que ceux acquis par le canal SEA (32,52% d’engagement).**

7/ Réaliser une analyse comparative (max 6 lignes), entre les internautes américains et australiens, de l’évènement « ajout au panier ». **//2pts**

**En valeurs, le nombre de mises en panier réalisées par les américains est largement supérieur à celui des australiens (4729 contre 88). Cela s’explique par un nombre d’utilisateurs largement supérieur aux USA qu’en Australie sur la période étudiée (57 507 contre 856). Toutefois on remarque que le taux de conversion de cet évènement clé est supérieur en Australie (10,28% contre 8,22% aux USA).**

**Il est important de noter que vos données ont pu différer selon le mode de collecte. J’ai également considéré comme justes les autres données.**

8/ Comparez les parcours d’achat des utilisateurs d’ordinateurs et de téléphone portable. Qu’en tirez-vous comme conclusion ? Intégrez bien les étapes du processus dans votre analyse et illustrez par des chiffres. Réalisez une préconisation (max 12 lignes). **//4pts**

**Le taux de conversion du commerce électronique des utilisateurs de téléphone portable est très faible comparé à celui des utilisateurs sur PC (0,39% contre 3,03% sur PC).**

**La dégradation du parcours d’achat des utilisateurs de téléphone portable se retrouve à toutes les étapes du processus d’achat. Par exemple, 36,43% des utilisateurs de PC vont afficher un produit du site contre uniquement 18,70% pour les utilisateurs de téléphone portable. Cette déperdition des utilisateurs de téléphone est fortement marquée lors de l’étape du paiement ou seulement ¼ des internautes ayant initiés un paiement vont le valider. Il faudrait que Google retravaille l’UX de la version mobile de son site e-commerce.**

9/Analyser le parcours de paiement des utilisateurs de mobile (max 10 lignes) **//2pts**

**On remarque que le choix de livraison n’est pas une étape qui pose problème dans celui-ci car 581 utilisateurs sur 583 vont sélectionner un mode de livraison.**

**Une première déperdition importante a lieu lors de l’ajout du mode de paiement. .Uniquement 307 internautes vont réaliser cette action. Le site n’a peut-être pas développé des modes de paiement adaptés aux solutions de paiements utilisées sur un téléphone portable ? Environ la moitié de ceux qui ont ajouté un mode de paiement ne confirme pas celui-ci. Cela reste problématique et mérite une analyse plus poussée.**

10/ Analyser le taux de rebond sur ces 30 derniers jours. **//2pts**

**Le taux de rebond sur ces 30 derniers jours est en moyenne de 44,4%.**

**On remarque qu’il a tendance à augmenter de manière conséquente depuis le mois de décembre passant de 40,6% à 53,2%.**