L'audience du site des Jouets de la Gervanne

Les Jouets de la Gervanne, atelier de 6 salariés installé à Crest (Drôme), fabrique des jouets en bois qu'il vend dans sa boutique et sur son site marchand. Le site est mesuré avec Google Analytics 4 (GA4).

Louna Teyssier, alternante en BTS NDRC, prépare pour le gérant, Bastien Roussin, le bilan d'audience de septembre 2026 : fréquentation, comportement des visiteurs, conversion, sources de trafic et types d'écran.

Complétez l'annexe 1, puis répondez aux questions d'analyse.

Document 1 : tableau de bord GA4 du site, septembre 2026

Indicateur	Septembre 2026
Utilisateurs (visiteurs uniques)	6 840
Sessions (visites)	9 120
Sessions avec engagement	5 892
Pages vues	38 304
Durée d'engagement moyenne par session	2 min 48 s
Commandes (conversions)	196

Dans GA4, une session est « avec engagement » si elle dure plus de 10 secondes, compte au moins deux pages vues ou aboutit à une conversion. En août 2026, le site avait enregistré 7 750 sessions.

Document 2 : sessions et commandes par source de trafic, septembre 2026

Source de trafic	Sessions	Commandes
Recherche naturelle (Google, Bing)	3 790	87
Publicité (annonces Google Ads, publications sponsorisées)	1 680	22
Réseaux sociaux (publications non sponsorisées)	1 196	10
Liens d'autres sites (blogs, annuaires, presse en ligne)	548	12
Accès direct (adresse saisie, favoris)	1 450	47
Lettre d'information (e-mail)	456	18
Total	**9 120**	**196**

Document 3 : sessions et commandes par type d'écran, septembre 2026

Type d'écran	Sessions	Commandes
Smartphone	5 974	92
Ordinateur	2 599	92
Tablette	547	12
Total	**9 120**	**196**

Annexe 1 (arrondir les moyennes à deux décimales, les durées à la seconde, les pourcentages à une décimale)

Question	Réponse
Nombre moyen de sessions par utilisateur	
Pages vues par session	
Temps moyen passé par page (secondes)	
Taux de rebond au sens de GA4 (%)	
Taux de conversion du site (%)	
Part des sessions venues de la recherche naturelle (%)	
Évolution du nombre de sessions de septembre par rapport à août (%)	

Questions d'analyse

Que révèle le document 3 et quelle action Louna doit-elle proposer ?

☐ La tablette, avec 12 commandes pour 547 sessions, est l'écran qui convertit le moins : il faut adapter en priorité le site aux tablettes (mise en page, taille des boutons, images allégées, paiement simplifié)
☐ Le smartphone et l'ordinateur apportent chacun 92 commandes, soit 1,0 % des sessions du site : leur conversion est la même, il faut donc surtout attirer davantage de visiteurs (publicité, réseaux sociaux, lettre d'information)
☐ Le smartphone apporte près des deux tiers des sessions, mais son taux de conversion n'atteint pas la moitié de celui de l'ordinateur : il faut simplifier la commande sur mobile (pages plus rapides, formulaire court, paiement adapté au téléphone)

Justification :

Le gérant envisage de doubler le budget publicitaire pour vendre davantage. Que lui conseiller au vu du document 2 ?

☐ Comparer d'abord la conversion de chaque source : la publicité convertit moins que la recherche naturelle et la lettre d'information ; renforcer en priorité la visibilité dans les moteurs de recherche et la lettre, et améliorer les annonces avant d'augmenter leur budget
☐ Doubler le budget : la publicité apporte 1 680 sessions, deuxième source du site après la recherche naturelle ; deux fois plus d'annonces donneront deux fois plus de visites, donc environ 44 commandes au lieu de 22, sans autre changement à prévoir
☐ Supprimer la publicité : elle ne convertit que 1,3 % de ses visites, moins que l'ensemble du site ; reporter tout son budget sur les publications non sponsorisées des réseaux sociaux, qui apportent des visites sans frais d'annonce

Justification :

L'outil de gestion des cookies indique que 30 % des visiteurs refusent les traceurs de mesure d'audience. Quelle conclusion en tirer ?

☐ Les chiffres d'audience de GA4 restent complets, car les visiteurs qui refusent sont tout de même comptés de façon anonyme, sans traceur ; les outils exemptés de consentement (Matomo, Piano Analytics) n'apporteraient donc rien de plus
☐ Les chiffres de GA4 deviendront complets si le site retire le bouton « Tout refuser », car les visiteurs ne pourront plus écarter la mesure ; le bandeau reste conforme tant qu'il garde un lien « Personnaliser »
☐ Les chiffres de GA4 sous-estiment l'audience réelle, car les visiteurs qui refusent ne sont pas mesurés ; certains outils configurés pour être exemptés de consentement (Matomo, Piano Analytics) donnent une mesure plus complète

Justification :