Mesurer l'audience du site de Grès d'Aleyrac

Grès d'Aleyrac, atelier de céramique de 5 personnes installé à Dieulefit (Drôme), vend sa vaisselle en grès dans sa boutique, sur les marchés de potiers et, depuis 2018, sur son site marchand. Agathe Mourgues, alternante en BTS NDRC, est chargée de mettre en place la mesure d'audience du site et d'en exploiter les résultats.

Pour chaque situation, choisissez la bonne réponse.

Agathe découvre que le site porte encore la balise Universal Analytics installée à sa création, en 2018, par l'ancien prestataire : elle ne mesure plus rien depuis juillet 2023. Que faire ?

☐ Demander à l'ancien prestataire de réactiver la propriété Universal Analytics, puis vérifier que sa balise s'affiche bien sur la page d'accueil
☐ Créer une propriété Google Analytics 4 et installer sa balise dans l'en-tête de chaque page, directement ou par Google Tag Manager
☐ Créer une propriété Google Analytics 4 et installer sa balise dans l'en-tête de la page d'accueil, par laquelle passent les visiteurs avant les fiches produits

Justification :

Mme Morin a visité le site les 3, 12 et 26 septembre 2026, toujours avec le même smartphone et le même navigateur, en acceptant les cookies. Comment GA4 la compte-t-il sur le mois ?

☐ 1 utilisateur et 1 session
☐ 3 utilisateurs et 3 sessions
☐ 1 utilisateur et 3 sessions

Justification :

Le rapport de septembre affiche un taux d'engagement de 58 %. Que vaut le taux de rebond et que signifie-t-il ?

☐ 58 % : la part des visiteurs venus une seule fois sur le site dans le mois (aucune visite de retour)
☐ 42 % : la part des sessions sans engagement (10 secondes au plus, une seule page vue et aucune conversion)
☐ 58 % : la part des sessions sans engagement (10 secondes au plus, une seule page vue et aucune conversion)

Justification :

Les ventes de bols ont bondi après la publication, sur le blog d'une décoratrice, d'un article contenant un lien vers la fiche produit. Dans quelle source de trafic ces visites sont-elles classées ?

☐ Lien d'un autre site (site référent)
☐ Recherche naturelle (moteurs de recherche)
☐ Accès direct (adresse saisie, favori)

Justification :

Agathe veut connaître les recherches tapées dans Google qui font apparaître le site et la position de ses pages dans les résultats. Quel outil utiliser ?

☐ Le panel de Médiamétrie
☐ Google Tag Manager (GTM)
☐ Google Search Console

Justification :

Le gérant hésite entre deux sites d'information régionaux pour y acheter une bannière publicitaire. Pour comparer leur audience sur une base reconnue, que doit-il consulter ?

☐ Les mesures de Médiamétrie, référence de l'audience des sites et des réseaux sociaux en France
☐ Le nombre d'abonnés de chaque site sur Facebook et Instagram, reflet de la taille de son audience en ligne
☐ Le nombre de visiteurs uniques annoncé par chaque site dans la plaquette publicitaire remise aux annonceurs

Justification :

Quelles pratiques respectent les règles de la CNIL sur les cookies ? (plusieurs réponses)

☐ Un outil de mesure d'audience configuré pour être exempté de consentement, dans les conditions fixées par la CNIL
☐ Un bouton « Tout refuser » aussi visible que le bouton « Tout accepter »
☐ Le dépôt des traceurs de GA4 dès l'arrivée sur le site, avant tout choix de l'internaute
☐ Une case « J'accepte les cookies de mesure d'audience » déjà cochée

Justification :

Un samedi à 18 h, l'atelier annonce sur Instagram une vente de pièces de second choix. Comment vérifier dans l'instant que les visiteurs arrivent sur le site et d'où ils viennent ?

☐ Demander à Médiamétrie la mesure d'audience du site pour la soirée (visiteurs, pages, provenance)
☐ Consulter le rapport en temps réel de GA4 (visiteurs présents, pages consultées, sources)
☐ Consulter le rapport mensuel d'acquisition de GA4 (sessions, pages vues, sources de trafic)

Justification :