

# Comprendre les statistiques

## Table des matières

- [Comprendre les statistiques](#)
  - [Liste des statistiques disponibles](#)
  - [Options d'affichage des graphiques](#)
  - [Search Engines](#)
  - [Sites affluents](#)

## Comprendre les statistiques

Loin d'être "la forme la plus raffinée du mensonge", les statistiques que vous fournit PrestaShop sont des informations solides et sur lesquelles vous pouvez compter pour améliorer votre boutique, modifier la manière dont vos produits sont présentés ou adapter leurs prix, retirer les produits qui ne marchent pas ou simplement mettre en avant ceux qui marchent. Tout cela, et bien plus encore, peut être déduit des données que PrestaShop réunit automatiquement pour vous, et qui vous sont présentées au sein d'une douzaine de points d'entrée, avec graphiques et chiffres qui vous aident à prendre vos décisions.

L'un des aspects les plus intéressants de PrestaShop réside dans sa capacité à révéler des informations sur le comportement du client. Apprenons à obtenir ces informations.

The screenshot displays the PrestaShop administration interface. At the top, it shows 'Panneau d'administration > Stats' and an 'AIDE' button. The main content is divided into several sections:

- Calendrier:** Includes filters for 'Jour', 'Mois', 'Année', 'Jour-1', 'Mois-1', and 'Année-1'. It shows a date range from 'du 2011-08-09' to 'au 2011-08-09' with a 'Changer' button.
- Tableau de bord statistiques:** Features a 'Mode' dropdown set to 'Jour'. A note states 'Tous les montants sont exprimés HT.' Below is a table with columns: Visites, Insc., Com., Prods., % Insc., % Com., Réducs., and CA Produits. The table shows data for the date 2011-08-09 and summary rows for Total, Moyenne, and Prévisions.
- Configuration:** Contains settings for 'Rendu des graphiques' (XML/SWF Charts) and 'Rendu des tableaux' (Affichage HTML simple), with a 'Mettre à jour' button.
- Conversion:** Displays a funnel of conversion metrics: Visiteurs (2), Comptes (1), Paniers (1), and Com. (1). It also shows conversion percentages: 50% for Visiteurs to Comptes, 100% for Comptes to Paniers, and 100% for Paniers to Com. Below this, it states 'Monétisation des visiteurs' and provides average values: 'Chaque visiteur rapporte en moyenne 0,00 €.' and 'Chaque visiteur inscrit rapporte en moyenne 0,00 €.'
- Navigation:** A sidebar menu with options: 'Visites et visiteurs', 'Commandes et CA', and 'Comptes clients'. A red arrow points from the 'Conversion' section to the 'Visites et visiteurs' menu item.
- Répartition par modes de paiement:** Includes a table with columns 'Module', 'Nb', 'Total', and 'Panier', and a 'Zone' dropdown set to '-- Aucun filtre --'.

Au travers de cette section, nous allons comprendre l'utilité et le sens des différentes statistiques. En cliquant sur chacune des catégories dans la barre de navigation sur la gauche, dans l'onglet "Statistiques", chaque statistique est expliquée, afin que vous puissiez comprendre les informations qui vous sont données et en tirer profit pour améliorer la gestion de votre boutique et votre chiffre d'affaires.

## Liste des statistiques disponibles

- **Visites et visiteurs.** Cette page vous donne des statistiques sur les visiteurs du site et sur le nombre de visites qu'ils effectuent. Plus le nombre est grand, plus le site est populaire. Le graphique vous aide à comprendre le comportement des visiteurs. Vous y verrez combien de visites a eu votre site, et vous comparerez ce nombre avec le nombre de visiteurs. PrestaShop se rend compte quand un même visiteur visite le site plusieurs fois, d'où la possibilité d'avoir un nombre de visites bien plus important que le nombre de visiteurs. Si la différence entre ces deux nombres est grande, cela signifie que vous possédez une base fidèle de clients.
- **Commandes et CA.** Deux graphiques sont disponibles sur cette page. Ils peuvent être filtrés par pays, en utilisant le menu-déroulant.
  - Le premier graphique indique le nombre total de commandes valides, et le nombre total de produits commandés. Avec ce graphique, vous pouvez déterminer sur quelles périodes vous avez reçu le plus de commandes.
  - Le deuxième graphique vous montre où vos ventes s'effectuent géographiquement. Il peut analyser les périodes où vous avez effectué les meilleurs résultats. Cela vous permettra de savoir où il est nécessaire d'étoffer vos campagnes marketing.
- **Comptes clients.** Cette page propose un graphique avec le nombre de comptes utilisateurs créés dans votre boutique en ligne. Avec cette information, vous pouvez mesurer l'impact de vos campagnes marketing. Vous pouvez connaître le nombre de visiteurs qui se sont inscrits mais qui n'ont rien acheté. Vous pouvez aussi connaître le nombre d'utilisateurs qui ont créé un compte et acheté un produit immédiatement après.
- **Informations clients.** Cette section est divisée en 5 paragraphes.
  - **Répartition par genre.** La répartition par genre vous permet de déterminer le pourcentage d'hommes et de femmes parmi vos clients.
  - **Tranches d'âges.** Le détail de l'âge de vos clients. Si vous constatez que la tranche d'âge de vos clients n'est pas celle que vous avez imaginée, il faudra peut-être réadapter votre approche marketing.
  - **Répartition par pays.** Le détail des pays de provenance de vos clients.
  - **Tranches de devise.** Le détail des devises utilisées dans votre boutique, et dans quelles proportions.
  - **Répartition par langue.** Le détail des langues utilisées pour la consultation de votre site, vous permettant de décider si vous devez ou non améliorer les traductions dans votre site.
- **Visiteurs en ligne.** Cette section indique le nombre de visiteurs actuellement sur votre site. Vous pouvez voir leurs noms et les pages qu'ils sont en train de visiter.
- **Équipement.** Cette section vous indique quels sont les navigateurs Web utilisés pour consulter votre site. Il est judicieux de vérifier que votre site est parfaitement compatible avec ces navigateurs. Vous pourrez aussi savoir si les clients utilisent Internet depuis leur mobile pour accéder au site. Si ce nombre de clients est important, il pourrait être intéressant de développer une version mobile de votre boutique. Enfin, vous serez en mesure d'analyser le système d'exploitation vos clients utilisent. Assurez-vous que votre site est bien compatible avec toutes les plateformes utilisées par vos visiteurs.
- **Statistiques catalogue.** Cette section contient des informations pratiques sur les produits vendus dans votre boutique en ligne. Les résultats qui apparaissent ici peuvent être classés par catégorie. Vous pouvez agir sur la performance de votre catalogue en considérant les indicateurs suivants :
  - **Produits disponibles.** Nombre de produits proposés dans cette catégorie.
  - **Prix moyen (HT).** Prix moyen dans la catégorie sélectionnée.
  - **Pages produits vues.** Nombre de pages consultées par vos clients. Comparez cette information entre les différentes catégories pour savoir quels produits sont les plus appréciés, ou au contraire quels sont ceux qui attirent le moins de clients. Utilisez ces informations pour améliorer votre catalogue.
  - **Produits achetés.** Le nombre de produits achetés pour chaque catégorie.
  - **Nombre moyen de visites.**
  - **Nombre moyen d'achats.**
  - **Images disponibles.**
  - **Nombre moyen d'images.**
  - **Produits jamais consultés.** Cela vous montre quels produits, s'il y en a, n'attirent pas du tout vos clients. Ou, au contraire, si le nombre de produits vus est égal au nombre de produits disponibles, alors votre catalogue est bien organisé et bien géré.
  - **Produits jamais achetés.**
  - **Taux de transformation.** Indique la relation entre le nombre de visiteurs et le nombre d'achats. Il est important que ce taux soit aussi haut que possible.

- Un tableau au bas de la page vous indique quels produits dans cette catégorie n'ont jamais été achetés. Nous suggérons que vous changiez leur prix, ou que vous écriviez une description plus attrayante.
- **Meilleurs clients.** Cette section vous indique qui sont les meilleurs clients de votre boutique. Leurs coordonnées sont affichées, ainsi que le nombre de fois qu'ils ont visité le site, le nombre de pages consultées, et combien ils ont dépensé. Gardez un œil sur cette page pour les suivre et prendre soin d'eux. En cliquant sur les boutons en haut des colonnes, vous pouvez choisir le mode d'affichage de ces informations.
- **Sites affluents.** Un graphique vous indique les 10 sites et moteurs de recherche affluents parmi lesquels les visiteurs passent pour accéder à votre boutique. Habituellement, les moteurs de recherche jouent un rôle important. Si vous créez une campagne marketing en publiant des articles sur d'autres sites, vous pouvez voir quel est l'impact sur votre site. En dessous du graphique, vous trouverez le nom des sites qui vous ont ramené le plus d'audience, avec le nombre de visiteurs provenant de chacun de ces sites sur la colonne de droite.
- **Pages introuvables.** On vous indique ici les pages de votre catalogue qui n'ont pas été atteintes. C'est utile pour déceler des problèmes techniques potentiels qui seraient susceptibles d'amoindrir vos performances.
- **Mots clés.** Cette page vous indique quels mots-clés dans les mots de recherche ont amené des visiteurs vers votre boutique. Cela vous permet de savoir quels termes vous rendent facilement identifiable. Inversement, vous saurez quels mots-clés sont absents de la liste et ne sont pas efficaces.
- **Détail produit.** Cette page vous affiche tous les produits de votre boutique en fonction de leur référence, nom et stock. Vous pouvez trier les résultats en sélectionnant à partir du menu déroulant au-dessus quelles catégories vous souhaitez traiter. Cliquez sur un produit pour accéder à ses statistiques. Vous verrez alors un graphique avec deux informations : le nombre de ventes et le nombre de visites sur la page du produit. Le taux de transformation sera également affiché.
- **Meilleurs produits.** Cette section affiche vos produits les plus performants. Vous aurez accès au chiffre d'affaires, aux ventes moyennes quotidiennes, au nombre de pages vues et à la quantité disponible en stock. Avec ce tableau, vous pouvez identifier vos produits phares et ainsi décider par exemple d'augmenter ou de réduire le prix, de proposer des réductions sur un produit spécifique, etc.
- **Meilleurs coupons de réduction.** Cette section résume l'utilisation des bons de réduction qui ont circulé via une campagne mail ou une campagne de street marketing. Ce tableau affiche aussi le chiffre d'affaires, et le nombre de bons utilisés.
- **Meilleures catégories.** Cette section vous affiche les performances de votre boutique en fonction de vos catégories. Vous pouvez savoir pour chaque catégorie combien de produits ont été vendu, le revenu généré et le nombre de pages vues. Consultez les résultats des différentes catégories afin d'améliorer la cohérence de votre boutique.
- **Meilleurs fournisseurs** Cette section propose des statistiques sur vos fournisseurs : elle affiche les quantités vendues et le revenu généré.
- **Distribution par transporteur.** Cette page indique les transporteurs les plus utilisés par vos clients. Vous pouvez filtrer les résultats en fonction de l'état de la commande. Si vous vous apercevez qu'un transporteur n'est pas souvent utilisé, alors qu'il est rapide et efficace, il pourrait être judicieux de le mettre plus en évidence lors du processus de finalisation de commande, afin d'améliorer la satisfaction des clients.
- **Newsletter.** Cette page affiche les statistiques relatives aux souscriptions à la newsletter. Vous pouvez utiliser cette base de données pour garder vos clients informés. La newsletter contribue en général à l'augmentation du trafic sur votre site. Si vous souhaitez faire augmenter les souscriptions, vous pouvez par exemple proposer des bons de réduction avec la newsletter. Vous pouvez consulter l'adresse de tous les souscripteurs via le module Newsletter, dans l'onglet "Module".
- **Recherches de la boutique.** Cette section comprend deux indicateurs :
  - Le premier affiche la répartition des mots clés qui ont été recherchés sur votre site. Vous pouvez ainsi savoir quels produits attirent le plus vos clients.
  - Le deuxième est en tableau résumant les recherches de vos clients. Vous pouvez ainsi voir quels mots-clés sont utilisés, combien de fois ils ont été tapés, et quels étaient les résultats de ces recherches. Il est important que toutes les recherches de vos clients aboutissent sur un résultat. Pour améliorer vos performances, ajouter des produits qui correspondent à la demande des consommateurs (aux produits fréquemment recherchés dans la boutique), et ajouter des tags à vos produits qui les rendent clairement identifiables.
- **Évaluation du catalogue.** Cette section donne une vision d'ensemble des performances de votre catalogue. Vous pouvez savoir si chaque produit est actif, si leurs descriptions sont proposées dans toutes les langues de la boutique. Vous pouvez aussi savoir combien d'images sont affichées par produit, si un produit s'est bien vendu, son stock. Les résultats sont affichés avec une icône colorée. Vous pouvez définir ces couleurs en définissant certains critères dans le tableau en haut de page, puis cliquez sur "Enregistrer" pour garder vos paramètres.
- **Stats Stock.** Cette section vous indique la valeur de votre stock.
- **Tableau de bord statistiques.** C'est la page d'accueil des statistiques. Elle donne une vue d'ensemble de vos statistiques.

 **Navigation**

-  **Visites et visiteurs**
-  **Commandes et CA**
-  **Comptes clients**
-  **Informations clients**
-  **Visiteurs en ligne**
-  **Équipement**
-  **Statistiques catalogue**
-  **Meilleurs clients**
-  **Sites affluents**
-  **Pages introuvables**
-  **Mots clés**
-  **Détail produit**
-  **Meilleurs produits**
-  **Meilleurs coupons de réduction**
-  **Meilleures catégories**
-  **Meilleurs fournisseurs**
-  **Répartition par transporteur**
-  **Newsletter**
-  **Recherches de la boutique**
-  **Évaluation du catalogue**
-  **Stats stock**
-  **Tableau de bord statistiques**

## Options d'affichage des graphiques

Un graphique peut avoir plusieurs formes, en fonction de vos préférences. Vous pouvez les configurer de deux manières différentes.

**Première manière** : Lorsque vous cliquez sur l'une des statistiques proposées dans l'onglet "Statistiques", un graphique devrait s'afficher. Les options graphiques ci-dessous se trouvent sur le côté gauche de la page. Vous pouvez choisir le mode d'affiche. Faites un choix qui soit à la fois esthétique et compatible avec votre navigateur.



The image shows a configuration panel with two main sections: "Calendrier" and "Configuration".

**Calendrier**

- Buttons: Jour, Mois, Année
- Buttons: Jour-1, Mois-1, Année-1
- Field: du 2011-08-09
- Field: au 2011-08-09
- Button: Changer

**Configuration**

- Section: Rendu des graphiques
- Dropdown: XML/SWF Charts
- Section: Rendu des tableaux
- Dropdown: Affichage HTML simple
- Button: Mettre à jour

Sur chaque page, vous aurez accès à la barre de navigation sur le côté (vers les différentes statistiques), mais également à deux paramètres:

- **Calendrier**. Sélectionnez la période pour laquelle vous voulez que les statistiques soient affichées. Vous pouvez utiliser les boutons ou entrer manuellement la date.
- **Configuration**. Choisissez avec quel moteur graphique et quel moteur de grille vos statistiques seront affichées. Cela ne change pas vos statistiques, mais seulement la façon dont elles sont présentées, choisissez donc simplement la présentation qui vous convient le mieux. Vous pouvez choisir entre ces 4 configurations :
  - Visifire
  - XML / SWF Charts
  - Google Chart
  - Artichow

**Seconde manière** : Vous pouvez également accéder à ces paramètres en allant dans le sous-onglet "Paramètres" de l'onglet "Statistiques".

**Configuration**

Moteur graphique: XML/SWF Charts XML/SWF Charts est un outil simple mais puissant utilisant Adobe Flash pour créer des graphiques à partir de données dynamiques.

Moteur de tableau: Affichage HTML simple

Nettoyer automatiquement: Jamais

[Sauvegarder](#)

A la différence de la première méthode, cette méthode propose des commentaires relatifs aux différents moteurs graphiques utilisés. Vous pouvez également choisir la manière dont les statistiques seront automatiquement effacées.

L'effacement de données rend en général le site plus réactif, et par conséquent améliore le confort de vos visiteurs. Vous avez 4 choix, en fonction du trafic et des performances de votre serveur : Jamais, Semaine, Mois ou Année.

## Search Engines

Un grand nombre de visiteurs viennent sur votre site depuis un moteur de recherche. Afin de savoir ce qu'ils recherchaient, et de rendre votre site plus compatible avec ces recherches, vous devez connaître leurs requêtes.

+ Nouveau

Page 1 / 1 | Afficher 50 / 38 résultat(s) [Réinitialiser](#) [Filtrer](#)

ID	Serveur	Variable GET	Actions
--			--
1	google	q	
2	aol	q	
3	yandex	text	
4	ask.com	q	
5	nhl.com	q	
6	yahoo	p	
7	baidu	wd	
8	lycos	query	
9	exalead	q	
10	search.live	q	
11	voila	rdata	

Si Google est le moteur de recherche le plus utilisé, il y a beaucoup d'autres moteurs de recherche avec lesquels votre site peut être retrouvé. Vous devez donc être en mesure de récupérer leurs requêtes. Quand un moteur de recherche commence à rapporter des visiteurs réguliers, il est temps de l'ajouter dans votre base de données.

## Ajouter un moteur de recherche

Il est très simple d'ajouter un nouveau moteur de recherche à votre liste.

**Référant**

Serveur

Variable \$\_GET

[Enregistrer](#)

\* Champs requis

Disons que vous voulez ajouter Baidu, le principal moteur de recherche chinois (notez qu'il est déjà inclus dans PrestaShop). Voilà la démarche à suivre :

1. Obtenez l'URL référent pour la recherche. Par exemple, <http://www.baidu.com/s?wd=kids+shoes&inputT=1303>.
2. Prenez la partie serveur, qui est spécifique au moteur de recherche, et placez la dans le champ "Serveur". Dans notre cas, "baidu".
3. Trouvez la variable de requête :
  - a. Trouvez la chaîne de requête. La forme correspond à un ensemble de lettres, suivis du signe "=", suivi de la requête, conclu par "&" ou la fin de la chaîne. Dans notre cas : "wd=kids+shoes".
  - b. La variable de requête est l'ensemble des lettres avant le signe "=" . Dans notre cas : "wd". Insérez-la dans le champ "Variable \$\_GET".

## Sites affluents

PrestaShop vous donne des informations détaillées sur les sites qui vous génèrent du trafic. Cliquez sur le sous-onglet "Sites affluents". La page dédiée apparaîtra.

**Calendrier**

Jour Mois Année

Jour-1 Mois-1 Année-1

De 2013-01-01

à 2013-12-31

[Save](#)

**Configuration**

Enregistrer le trafic direct  Oui  Non

L'enregistrement du trafic direct peut consommer beaucoup d'espace et de performances, vous ne devez l'activer que si vous avez la base de données adéquate et besoin de ces informations.

[Sauvegarder](#)

**Indexation**

Une grande quantité de données est brassée, donc chaque connexion correspondant à un affilié est indexée. Vous pouvez rafraichir cet index en cliquant sur le bouton ci-dessous. Cette opération peut prendre plusieurs minutes et n'est nécessaire que si vous modifiez ou ajoutez un affilié et que vous souhaitez que ces changements soient rétroactifs.

[Ré-indexer l'index](#)

**Cache**

Afin de trier et filtrer vos données, celles-ci sont mises en cache. Vous devez rafraichir le cache en cliquant sur le bouton ci-dessous.

[Rafraichir le cache](#)

Nouveau

Page 1 / 1 | Afficher 50 / 0 résultat(s) [Réinitialiser](#) [Filtrer](#)

ID	Nom	Visiteurs	Visites	Pages	Insc.	Com.	CA	Panier moy.	Taux insc.	Taux com.	Clic	%	Actions
--													--

Aucun élément trouvé

[Supprimer la sélection](#)

La fonction d'un site affluent est similaire à celle d'un extranet. Lorsque vous créez une campagne d'affiliation par le biais d'un autre site, vous pouvez lui donner accès à toutes les activités qu'il aura générées pour votre site.

Ajoutons un site affilué : cliquez sur "Nouveau", et remplissez le formulaire ci-dessous.

**Affilié**

Nom

Mot de passe

Laissez blanc si vous ne souhaitez pas le changer

Les affiliés peuvent accéder à leur propres informations avec ces identifiants  
Accès front : <http://127.0.0.1/ps1411/modules/trackingfront/stats.php>

---

**Commissions**

Coût par clic   
Rémunération pour chaque visite.

Rémunération de base   
Pour chaque commande passée.

Rémunération en %   
Pourcentage de la commande reversé.

---

**Aide**

---

**Informations techniques - Mode simple**

[Aide !](#)

**HTTP referrer**

Inclure

Exclure

**Request URI**

Inclure

Exclure

Si vous savez utiliser les expressions régulières de MySQL, vous pouvez utiliser le mode expert.

---

**Informations techniques**

Le champ "affilié" vous permet de créer un accès privilégié pour vos partenaires. Ils auront accès aux statistiques relatives aux mouvements qu'ils ont généré depuis leur site vers votre boutique. Pour créer un espace privilégié, remplissez les champs "Nom" et "Mot de passe". Définissez ensuite, dans les champs correspondants, les commissions en fonction du trafic et des ventes générées. Enfin, configurez l'URL de provenance du trafic que vous recevrez.