

# Comprendre les statistiques

[<< Page précédente](#)

[Page suivante >>](#)

## Contenu

- [Comprendre les statistiques](#)
  - [Stats](#)
  - [Moteurs de recherche](#)
  - [Sites affluents](#)

## Comprendre les statistiques

L'un des aspects les plus intéressants de PrestaShop réside dans sa capacité à révéler des informations sur le comportement des clients. Voyons comment s'y prendre.

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'objectif final reste de vous aider à prendre des décisions fermes quand il s'agit de cibler votre audience.

En plus de cela, PrestaShop dispose d'un système interne de gestion des partenaires, ce qui vous permet de facilement créer un programme d'affiliation.

## Stats

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, la section centrale se recharge pour présenter les chiffres les plus récents.

Pour la plupart des statistiques, une explication est donnée afin que vous puissiez comprendre les informations qui vous sont présentées, et en tirer profit pour améliorer la gestion de votre boutique et votre chiffre d'affaires.

Les données statistiques sont réunies à partir du premier jour où vous avez installé PrestaShop. Si vous préférez que les données ne soient enregistrées qu'à partir du jour d'ouverture de votre boutique (et donc, effacer toutes les données des phases de test), vous pouvez utiliser l'option "Période de nettoyage automatique" au moins 24 heures avant le lancement définitif de votre boutique.

## Interface principale

Par défaut, la page affiche le tableau de bord des statistiques, un aperçu des principaux chiffres réunis par le système de statistiques de PrestaShop depuis le jour de lancement de votre boutique.

Jour Mois Année Jour-1 Mois-1 Année-1 Du : 2012-10-23 Au : 2012-10-23 Enregistrer

**Tableau de bord statistiques** Mode : Jour

Tous les montants sont exprimés HT.

	Visites	Insc.	Com.	Prods.	% Insc.	% Com.	CA
2012-10-23	3	1	0	0	33.33 %	0 %	0,00 €
Total	3	1	0	0	--	--	0,00 €
Moyenne	3	1	0	0	33.33 %	0 %	0,00 €
Prévisions	3	1	0	0	--	--	0,00 €

**Conversion**

Visiteurs 1 → Comptes 1 → Paniers 3 → Paniers complets 3 → Com. 1

100 % 300 % 100 % 33 %

Visiteurs inscrits → 100 % → Com.

Visiteurs → 100 % → Com.

Monétisation des visiteurs :  
 Chaque visiteur rapporte en moyenne 0,00 €.  
 Chaque visiteur inscrit rapporte en moyenne 0,00 €.

En haut de la page, une barre vous aide à choisir la période temporelle actuellement affichée. Trois jeux d'options sont disponibles :

- Ce jour, ce mois, cette année.
- Jour, mois ou année précédent(e).
- Une date précise.

Le tableau de bord contient 8 sections :

- **Tableau de bord statistiques.** Voici réellement le coeur de vos statistiques. Dans un seul tableau, PrestaShop affiche un aperçu des chiffres les plus importants qui ont été réunis pendant la période de temps choisie : visiteurs, nombre d'inscriptions ("Insc."), nouvelles commandes ("Com."), produits vendus ("Prods."), pourcentage d'inscription par visiteur ("% Insc."), pourcentage de commandes par visiteurs ("% Com."), montant total combiné des ventes ("CA").  
 Vous pouvez changer la granularité de ce tableau à l'aide de la liste déroulante en haut à droite de la section. Les périodes de temps disponibles sont Jour, Semaine, Mois et Année.  
 Les trois lignes en bas du tableau ne sont pas affectées par le sélecteur de période : Total, Moyenne et Prévision vous permettent de mieux estimer la santé de votre boutique.
- **Conversion.** Cette section vous donne une idée de la valeur de chaque visiteur ou chaque client enregistré, en fonction du nombre de commandes qu'ils lancent, pour résumer. C'est ici encore un bon indicateur de la santé de votre boutique.
- **Répartition par modes de paiement.** Cette section présente les méthodes de paiement le plus souvent choisies par vos clients. En fonction de ces chiffres, vous pourriez vouloir adapter votre boutique ou même votre société afin de mieux prendre en compte les méthodes les plus populaires, ou mettre en avant une méthode spécifique que vous préféreriez que vos clients utilisent.  
 En utilisant le sélecteur "Zone" en haut à droite de la section, vous pouvez limiter les chiffres à une zone géographique spécifique, et donc voir quelle méthode marche le mieux ou le moins bien sur un marché donné.
- **Répartition par catégories.** Cette section donne des informations spécifiques en fonction de la catégorie. Pour chaque catégorie, elle présente des chiffres utiles : produits, ventes, pourcentage de produits de l'ensemble de votre catalogue, pourcentage de ventes sur l'ensemble de la boutique, prix moyen. Si vous notez qu'une catégorie est beaucoup plus populaire que d'autres, vous pourriez vouloir faire la promotion de celle-ci. D'un autre côté, vous pourriez vouloir améliorer les chiffres des catégories les plus décevantes en proposant des bons de réductions pour celles-ci, ou lancer d'autres actions promotionnelles.  
 En utilisant le sélecteur "Zone" en haut à droite de la section, vous pouvez limiter les chiffres à une zone géographique spécifique, et donc voir quelle catégorie marche le mieux ou le moins bien sur un marché donné.
- **Répartition par langues.** Vos clients peuvent choisir leur langue préférée lors de leur inscription, et vous pouvez voir la répartition des langues grâce à cette section. Faites en sorte que tous vos produits soient correctement traduits dans au moins les deux langues les plus populaires.
- **Répartition par zones.** Vous pouvez filtrer les autres sections par zone géographique, et cette section vous donne directement un aperçu par zone de votre nombre de clients inscrits et des ventes réalisées (et leurs pourcentages respectifs).

- **Répartition par devises.** Si vous acceptez plus d'une devise, cette section vous aidera à voir laquelle est la plus utilisée par vos clients. En utilisant le sélecteur "Zone" en haut à droite de la section, vous pouvez limiter les chiffres à une zone géographique spécifique, et donc voir quelle devise marche le mieux ou le moins bien sur un marché donné.
- **Répartition des ventes par attributs.** Il s'agit plutôt ici d'une statistique interne, vous permettant de voir quels sont les attributs et groupes d'attributs les plus utilisés au sein de vos produits.

## Liste des statistiques disponibles

La plupart des statistiques peuvent être téléchargées sous forme de fichier CSV, en cliquant sur le bouton "Export CSV".

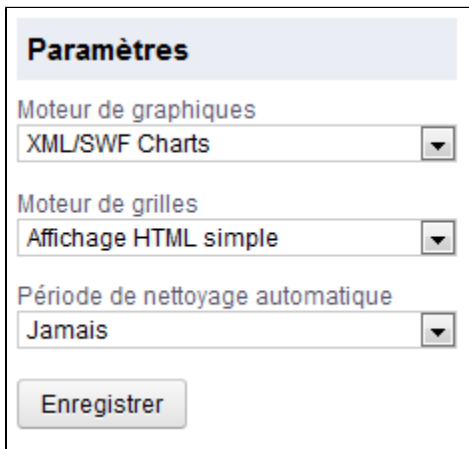
<b>Navigation</b>
<a href="#">Visites et visiteurs</a>
<a href="#">Commandes et CA</a>
<a href="#">Comptes clients</a>
<a href="#">Informations clients</a>
<a href="#">Visiteurs en ligne</a>
<a href="#">Équipement</a>
<a href="#">Meilleurs coupons de réduction</a>
<a href="#">Statistiques du catalogue</a>
<a href="#">Meilleurs clients</a>
<a href="#">Sites affluents</a>
<a href="#">Pages introuvables</a>
<a href="#">Mots-clés</a>
<a href="#">Détail produit</a>
<a href="#">Meilleurs produits</a>
<a href="#">Meilleures catégories</a>
<a href="#">Meilleurs fournisseurs</a>
<a href="#">Répartition par transporteur</a>
<a href="#">Newsletter</a>
<a href="#">Recherches de la boutique</a>
<a href="#">Évaluation du catalogue</a>
<a href="#">Quantités statistiques disponibles</a>
<a href="#">Tableau de bord statistiques</a>

- **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 reconnaît 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.** Ces deux graphiques présentent l'évolution des ventes et commandes de votre boutique. Ils peuvent être filtrés par pays, en utilisant le menu-déroulant en haut à droite.
  - 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 permet de visualiser vos ventes graphiquement. Il peut analyser les périodes où vous avez effectué les meilleurs résultats. Cela vous permettra de savoir quand mettre en place 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 graphiques.
  - **Répartition par sexe.** Vous pouvez voir de quelle manière votre clientèle est distribuée en fonction des titres de civilité que vous avez configuré – par défaut, M., Mme et Melle, mais il peut y en avoir de nombreux autres comme Dr. ou Sr. De fait, vous ne pouvez pas toujours prendre ce graphique au premier degré... à moins de n'avoir gardé qu'un minimum de titres de civilités, tous genres.
  - **Tranches d'âges.** Vous pouvez voir de quelle manière votre clientèle est distribuée en fonction de l'âge. 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.** Vous pouvez voir rapidement dans quels pays vos clients vivent. Cela peut vous permettre de mieux cibler vos efforts marketing locaux.
  - **Tranches de devise.** Vous pouvez voir les devises utilisées dans votre boutique, et les proportions.

- **Répartition par langue.** Vous pouvez voir les langues utilisées pour consulter votre site, et donc 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. Ces données sont mises à jour en direct, tandis que vos clients circulent sur vos catégories.
- **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, ou au moins les trois plus populaires. 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 que vos clients utilisent. Assurez-vous que votre site est bien compatible avec toutes les plateformes utilisées par vos visiteurs.
- **Meilleurs bons de réduction.** Cette section résume l'utilisation des bons de réduction, promotions et règles de prix catalogue qui ont été distribués, que ce soit directement ou via une campagne promotionnelle. Ce tableau affiche aussi le chiffre d'affaires, et le nombre de bons utilisés.
- **Statistiques catalogue.** Cette section contient des informations pratiques sur les produits vendus dans votre boutique en ligne, et sur votre catalogue en général. 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 (par défaut, toutes les catégories).
  - **Prix moyen (HT).** Prix moyen des produits 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.** Le nombre global de visites pour les produits dans la catégorie sélectionnée.
  - **Nombre moyen d'achats.** Le revenu global pour les ventes de produits dans la catégorie sélectionnée.
  - **Images disponibles.** Indique le nombre d'images liées aux produits de la catégorie sélectionnée. Un moyen simple et rapide de savoir si certains de vos produits manquent d'images : s'il y a moins d'image que de produits.
  - **Nombre moyen d'images.** Nombre d'images divisé par le nombre de produits dans la catégorie sélectionnée.
  - **Produits jamais consultés.** Vous montre quels produits, s'il y en a, n'attirent pas du tout vos visiteurs. Vérifiez leurs pages afin d'en comprendre la raison.
  - **Produits jamais achetés.** Certains de vos produits n'ont jamais été achetés par vos clients. Il s'agit d'un problème à prendre au sérieux, il vous faut prendre le temps de comprendre pourquoi.
  - **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 quels 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 (donnant une erreur "HTTP 404"). 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 moteurs 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.
- **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 vendus, le revenu généré et le nombre de pages vues. Consultez régulièrement 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 la page "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 – et donc, ceux dont il vous faut impérativement avoir un large stock.
  - Le deuxième est un tableau résumant les recherches de vos clients. Vous pouvez ainsi voir quels mots-clés sont utilisés, combien de fois ils ont été saisis, 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 en enregistrant vos paramètres.
- **Quantités statistiques disponibles.** Cette section vous donne une idée de 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. En cliquant sur cette dernière option, vous revenez simplement au tableau de bord global des statistiques.

## Paramètres

Les pages de statistiques de PrestaShop peuvent être configurées pour avoir l'apparence que vous préférez.



### Moteur de graphiques

Un graphique peut prendre plusieurs formes, en fonction de vos préférences. Avec le réglage "Moteur de graphiques", vous pouvez choisir le moteur de graphique utilisé pour vos statistiques. Cela ne change en rien vos données statistiques, seulement la manière dont elles sont présentées, donc vous pouvez choisir celui que vous préférez. Vous avez le choix entre quatre moteurs :

- **Visifire.** Ce moteur repose sur des technologies Microsoft : Silverlight, WPF, Windows Phone... Il vous faudra installer l'extension Silverlight dans votre navigateur pour le faire fonctionner. Pour en apprendre plus, rendez-vous sur <http://www.visifire.com/>.
- **XML / SWF Charts.** Un moteur complet et gratuit, qui est utilisé pour l'affichage de graphiques. Il vous faudra donc l'extension Flash. Pour en apprendre plus, rendez-vous sur [http://www.maani.us/xml\\_charts/](http://www.maani.us/xml_charts/).
- **Google Chart.** Un très bon moteur qui utilise les dernières technologies web pour afficher ses graphiques : HTML5, SVG, JavaScript. Aucune extension n'est requise. Pour en apprendre plus, rendez-vous sur <https://developers.google.com/chart/>.
- **Artichow.** Un moteur assez vieux et mis dans le domaine public, qui rend des services de base.

Vous pouvez ajouter plus de moteurs. Rendez-vous sur le site Addons pour trouver plus d'options : <http://addons.prestashop.com/fr/63-statistiques-analyses-modules-prestashop>.

Vous pouvez ainsi disposer d'un affichage à la fois plaisant à l'oeil et compatible avec votre navigateur.

PrestaShop propose la version gratuite de XML/SWF Chart. Pour cette raison, lorsque vous cliquez sur un graphique généré par ce moteur, un nouvelle page s'ouvre avec le site officiel de XML/SWF Chart : [http://www.maani.us/xml\\_charts/](http://www.maani.us/xml_charts/).

### Moteur de grilles

Vous pouvez également configurer la manière dont les tableaux de données sont présentés. L'installation par défaut de PrestaShop ne dispose que d'un moteur : "Affichage HTML simple". Vous pouvez ajouter plus de moteurs. Rendez-vous sur le site Addons pour trouver plus d'options : [addons.prestashop.com/fr/63-statistiques-analyses-modules-prestashop](http://addons.prestashop.com/fr/63-statistiques-analyses-modules-prestashop).

### Période de nettoyage automatique































Vous pouvez également sélectionner automatiquement la manière dont les statistiques seront effacées de votre boutique. L'effacement de données permet de disposer d'un site plus réactif, et donc d'améliorer le confort de vos visiteurs. Vous disposez de quatre options, en fonction de votre trafic et des performances de votre serveur : Jamais, Semaine, Mois, Année.



Cette option peut se révéler très utile pour nettoyer les données statistiques que vous avez amassées pendant les premiers tests de votre boutique, et donc ne garder que les données récupérées à compter de l'ouverture de la boutique.

## Moteurs de recherche

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.

ID	Serveur	Variable GET	Actions
--	<input type="text"/>	<input type="text"/>	--
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	 
12	altavista	q	 
13	bing	q	 
14	daum	q	 
15	eniro	search_word	 

Cette page vous présente un tableau de tous les moteurs de recherche intégrés à votre installation de PrestaShop – c'est à dire les moteurs que PrestaShop peut reconnaître, et dont il peut extraire la requête du visiteur en provenance du moteur de recherche.

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 – autrement, ces visiteurs seront marqués dans vos statistiques comme provenant d'un "Autre moteur de recherche", ce qui ne vous aide en rien.

### Ajouter un moteur de recherche

Il y a très peu à faire pour ajouter un nouveau moteur de recherche à votre liste.

**Origine**

Serveur :  \*

Variable \$\_GET :  \*

Supposons que vous vouliez ajouter DuckDuckGo, un moteur très respectueux des données privées :



1. Obtenez l'URL référent pour la recherche. Par exemple, <http://duckduckgo.com/?q=chaussures+pour+enfants>.
2. Prenez la partie serveur, qui est spécifique au moteur de recherche, et placez la dans le champ "Serveur". Dans notre cas, "duckduckgo".

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, et suivi soit par un "&", soit par la fin de la chaîne. Dans notre cas : "q=chaussures+pour+enfants".
  - b. La variable de requête est l'ensemble des lettres avant le signe "=". Dans notre cas : "q". Insérez-la dans le champ "Variable \$\_GET".
4. Cliquez sur le bouton "Enregistrer", et à partir de maintenant, PrestaShop sera en mesure de reconnaître les visiteurs en provenance de DuckDuckGo.

## Sites affluents

Un site affluent est un site qui vous amène au moins un visiteur. Ce site présente un lien vers votre boutique, et donc vous aide à vous construire un public et au final à faire plus de ventes.

Certains sites affluents sont plus importants que d'autres : vous pourriez avoir des partenaires qui mettent en place des liens vers votre site sur le leur, et vous comme votre partenaire voudrez certainement savoir combien de visiteurs ce lien vous amène. Vous pourriez même rémunérer vos partenaires pour la mise en place de ce lien, en fonction de la manière dont vous estimez votre trafic. Dans les faits, on appelle cela "faire de l'affiliation", et la page "Sites affluents" vous aidera à construire un véritable programme de partenariat, auquel même votre partenaire pourra se connecter pour voir le nombre de visites et de ventes que leur lien a généré. Les partenaires enregistrés génèrent du trafic vers votre boutique, vous voulez les remercier pour ces visiteurs, et le programme d'affiliation est l'outil que vous utiliserez pour voir les chiffres sur lesquels cette rémunération est basée.

ID	Nom	Visiteurs	Visites	Pages	Insc.	Com.	Chiffre d'affaires	Panier moy.	Taux insc.	Taux com.	Clic	€	%	Actions
1	Site de Franck	0	0	0	0	0	0.00	0.00	--	--	0.00	0.00	0.00000000	 

L'outil d'affiliation de PrestaShop peut être comparé à un tableau de bord statistique ouvert à d'autres membres que votre équipe. Lorsque vous créez une campagne d'affiliation pour un site, vous pouvez accorder à ce site un accès à toute l'activité qu'il aura généré sur votre boutique par le biais de ce lien, au moyen d'une adresse protégée par mot de passe : <http://ADRESSE-DE-VOTRE-BOUTIQUE.com/modules/trackingfront/stats.php>.

### Ajouter un nouveau site affluent

L'espace d'affiliation vous permet de créer un accès privilégié pour vos partenaires. Ils auront accès à toutes les statistiques sur le flux de visiteurs en provenance de leur site. Pour leur créer cet espace privilégié, vous devez leur créer un compte dans votre programme d'affiliation, puis définir la manière dont vous allez les rémunérer en fonction du trafic et des ventes générées.

Pour créer un nouveau partenaire affilié, cliquez sur le bouton "Créer", qui vous amène au formulaire de création.

Affilié

Nom :  \*

Mot de passe :

*Laissez vide si vous ne souhaitez pas le changer*

Les affiliés peuvent accéder à leur propre informations avec ces identifiants  
Accès front : <http://127.0.0.1/ps15x-demo/modules/trackingfront/stats.php>

\* Champ requis

Commissions

Coût par clic :

*Rémunération pour chaque visite.*

Rémunération de base :

*Pour chaque commande passée.*

Rémunération en % :

*Pourcentage de la commande reversé.*

Chaque section est importante :

- **Affilié.** Le compte de votre partenaire dans le programme d'affiliation.
  - **Nom.** Pour se connecter à votre back-office d'affiliation, votre partenaire a besoin d'un identifiant ; vous pouvez utiliser un simple nom ou une adresse e-mail, mais faites en sorte d'utiliser un identifiant dont vous comme votre partenaire pourriez vous souvenir facilement.
  - **Mot de passe.** La première fois que vous créez le compte, PrestaShop enregistre le mot de passe en même temps que l'identifiant. Lorsque vous voudrez modifier le compte (par exemple, lorsque vous souhaitez changer la valeur d'une commission), le champ du mot de passe sera blanc. Cela ne signifie pas qu'il n'y a pas de mot de passe enregistré ; si vous mettez un nouveau mot de passe dans le champ vide, il remplacera celui qui était enregistré.
- **Commissions.** C'est ici que vous indiquez la rémunération de votre affilié – c'est à dire l'argent que vous devrez à votre partenaire en fonction des actions des visiteurs venant de leur site.
  - **Coût par clic.** Vous définissez ici la valeur d'un visiteur en provenance du site du partenaire. Chaque fois qu'un visiteur vient du site de votre partenaire, le partenaire gagne le montant indiqué.
  - **Rémunération de base.** Vous pouvez également récompenser vos partenaires si les visiteurs en provenance de leur site achètent vos produits. Notez que cela ne compte que si l'achat se fait dans la session de navigation suivant le clic sur le lien du partenaire.
  - **Rémunération en %.** En plus de la rémunération de base, ou en remplacement de celle-ci, vous pouvez récompenser les partenaires avec un pourcentage des ventes faites sur la session de navigation suivant le clic sur leur lien.
- **Informations techniques - Mode simple.** C'est extrêmement important, car c'est ce champ qui fera en sorte que le système fera la différence entre un partenaire et un autre site affilient. Une fois configuré, vous devriez faire plusieurs tests pour vous assurer que vous suivez correctement l'affilié.
  - **Référant HTTP.** Dans le champ "Inclure", configurez le nom de domaine que vous voulez suivre pour cet affilié.
  - **URI de requête.** Dans le champ "Inclure", configurez la dernière partie de l'adresse cliquée. Le système suivra les sites affluents qui ont une requête spéciale dans leur adresse. Par exemple, vous pouvez suivre les sites affluents qui ont ?prestaff= en argument de leur URL. Cela vous aidera d'autant plus à différencier les affiliés.
- **Informations techniques - Mode expert.** Tandis que le mode simple fait correspondre vos champs à l'aide de la fonction "LIKE" de MySQL, le mode expert utilise des expressions régulièrement. Cela peut certes se montrer beaucoup plus puissant, mais également beaucoup plus complexe à maintenir. N'utilisez ces champs que si vous êtes vous-même un expert en expressions régulières.



Informations techniques - Mode simple

[Obtenir de l'aide !](#)

### Référant HTTP

Inclure :

Exclure :

### URI de requête

Inclure :

Exclure :

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

La section "Aide" vous donne de précieuses indications sur la meilleure manière de configurer un affilié. Lisez-la attentivement.

## Configuration

Les réglages des sites affluents sont surtout des outils pour vous aider à mieux gérer votre programme d'affiliés.

Configuration

Enregistrer le trafic direct  Oui  Non

L'enregistrement du trafic direct peut être très lourd en termes d'espace disque et de performances, vous ne devez l'activer que si vous avez la base de données adéquate et un réel besoin de ces informations.

---

### Indexation

Il y a un grand nombre de données stockées, donc chaque connexion correspondant à un site référant est indexée. Vous pouvez rafraîchir les index en cliquant sur le bouton ci-dessus. Sachez que cette opération peut prendre plusieurs minutes, et n'est requise que si vous modifiez ou ajoutez un référant, ou si vous souhaitez que vos modifications soient rétroactives.

---

### Cache

Pour que vous puissiez trier et filtrer vos données, un cache est utilisé. Vous pouvez rafraîchir le cache en cliquant sur le bouton ci-dessus.

Vous avez trois possibilités :

- **Enregistrer le trafic direct.** Le trafic direct correspond aux visiteurs qui arrivent sur votre boutique directement, en saisissant l'adresse de votre boutique dans leur navigateur. Bien que ces visiteurs soient importants, car ils connaissent vraiment votre boutique et sont intéressés par vos produits (au contraire des visiteurs en provenance de liens affiliés, qui ne savent pas forcément sur quelle boutique ils vont tomber), enregistrer ce trafic peut se montrer être un poids excessif sur votre base de données. C'est pourquoi par défaut, ce trafic n'est ni enregistré, ni analysé. N'activez cette option que si vous savez ce que vous faites.
- **Indexation.** Le bouton "Rafraîchir l'index" est nécessaire lorsque vous ajoutez un nouvel affilié et que vous voulez analyser votre trafic passé en fonction de celui-ci.

- **Cache.** PrestaShop met en cache les données qu'il récupère. Vous pouvez utiliser ce bouton pour régulièrement rafraîchir le cache.

[<< Page précédente](#)

[Page suivante >>](#)