

9

LES PRINCIPAUX PARAMÈTRES ET INDICATEURS DE L'ACTIVITÉ NUMÉRIQUE (ANALYSE NUMÉRIQUE)

“THE VALLEY EST LE CENTRE OÙ LA CONNAISSANCE DEVIENT LE MOTEUR QUI TRANSFORME LA SOCIÉTÉ”



9. PRINCIPALES MESURES ET INDICATEURS DE L'ACTIVITÉ NUMÉRIQUE (ANALYSE NUMÉRIQUE).

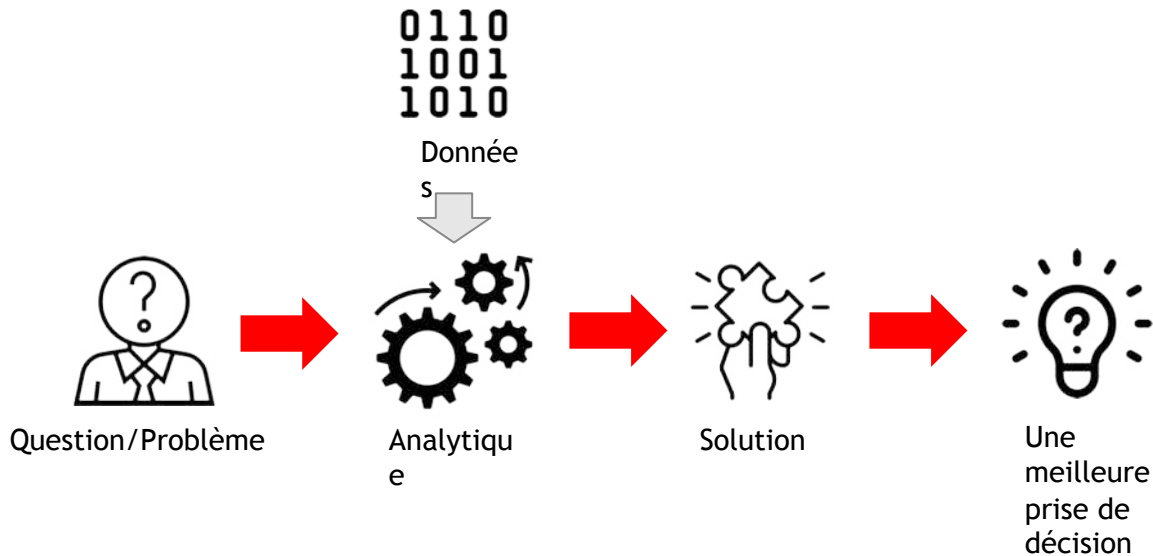
Le contrôle et la mesure des résultats sont une composante essentielle de toute entreprise. La boutique en ligne doit être analysée et gérée avec le plus grand détail possible. L'utilisation de différents indicateurs et KPI spécifiés dans un tableau de bord nous permettra de refléter de manière rigoureuse, statistique et quantifiée les performances de notre activité et d'extraire des connaissances des informations analysées. De même, le suivi de l'activité de mes concurrents nécessite de nouveaux outils qui me permettent d'analyser en permanence les facteurs qui affectent l'activité de mes concurrents.

- Principales métriques.
- Outils de mesure disponibles sur le marché.
- Analyse de l'entonnoir des ventes.
- Principaux indicateurs clés de performance et tableaux de bord.
- Exemple d'utilisation de Google Analytics.
- Que fait ma concurrence : outils de veille concurrentielle.
- Analyses B2B : Biz Trends, l'outil d'Alibaba.com.
- Autres plateformes d'analyse sur les principales places de marché B2B et B2C : Range.me, Putajiuwang, Tridge, etc.



ANALYTIQUE

Un ensemble d'outils créés pour transformer les données en informations qui permettront de prendre des décisions.



POURQUOI EN AVONS-NOUS BESOIN ?



Quand utilisons-nous l'analyse pour la prise de décision ?
Opportunité

Il y a un grand avantage à améliorer la prise de décision



L'utilisation de l'analytique
Pourquoi avons-nous besoin d'utiliser les analyses ?

Limites cognitives



Limites dans l'interprétation correcte d'un phénomène ou d'un fait



LES PROGRÈS DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION

- Réduction du coût du stockage des données
- Réduction des coûts de traitement des données
- Virtualisation

- Plus de pénétration
- La plupart des actions sur Internet sont mesurables
- La plupart des interactions ont lieu dans les médias sociaux

L'ANALYTIQUE DANS LES AFFAIRES



QUE S'EST-IL PASSÉ ET QUE SE PASSE-T-IL MAINTENANT ?

Analyse descriptive (rapport)

Les ventes augmentent-elles ? Quelles sont les sources de trafic vers mon site web ?



POURQUOI CELA S'EST-IL PRODUIT ?

Analyse exploratoire

Pourquoi les ventes ont-elles augmenté en 2020 ? Était-ce l'impact de Covid-19 ?



QUE VA-T-IL SE PASSER ?

Analyse prédictive

Quelle sera la croissance de mes ventes si j'augmente mon budget publicitaire de 20 % ?

L'ANALYTIQUE DANS L'ENTREPRISE

Solutions



RAPPORTS PONCTUELS

Des informations sur des questions spécifiques. Aucune automatisation requise



RAPPORT AUTOMATISÉ

Solutions aux problèmes des entreprises



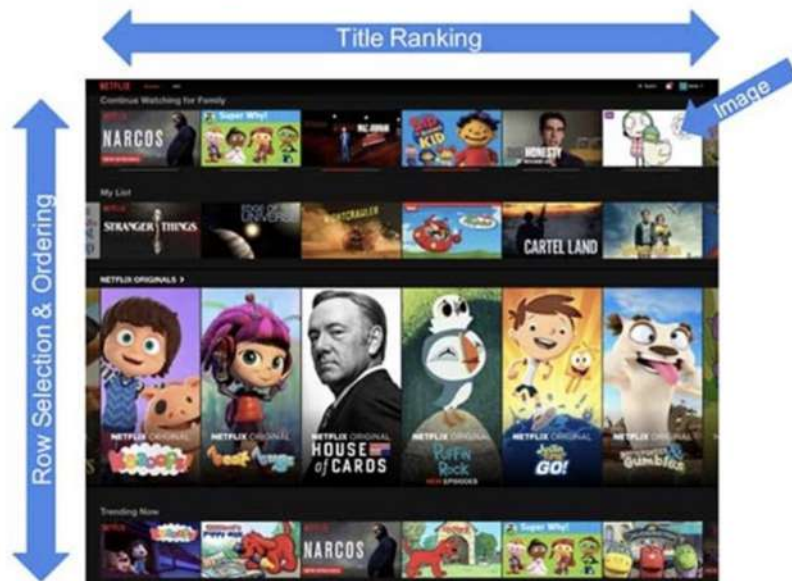
L'ANALYSE EN TANT QUE PRODUIT

Améliorer la valeur pour le client



L'ANALYSE EN TANT QUE
PRODUIT

Everything is a Recommendation





L'analyse en tant que
produit

Comprados juntos habitualmente



+



Precio total: 23,87 €

Añadir ambos a la cesta

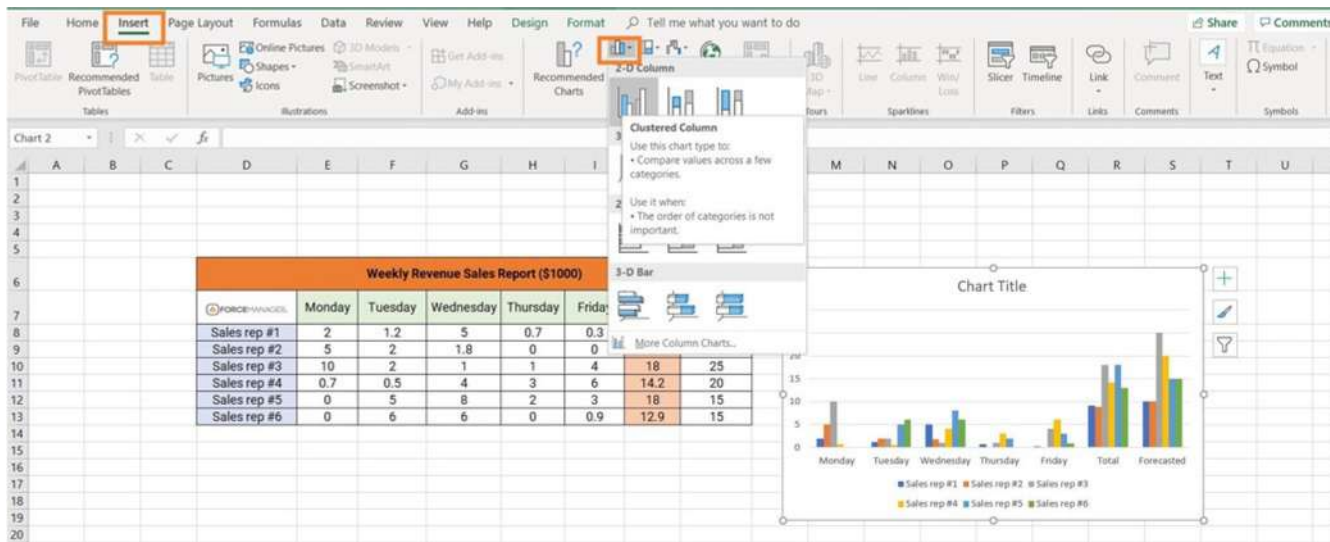


Rapports automatisés





Rapports ponctuels



Les métriques sont des indicateurs qui vous permettent de savoir si vous êtes proche ou loin des objectifs globaux de votre entreprise en termes d'autorité, de portée ou de conversions. Ils montrent également où les erreurs sont commises, indiquent des actions pour les corriger et révèlent des opportunités précieuses pour la stratégie en ligne.



METRIQUE DU RÉFÉRENCEMENT

1. INDEXATION

L'indexation est l'un des facteurs les plus importants à prendre en compte dans une stratégie de référencement.

Le plus grand indexeur au monde est aujourd'hui Google et le fait de l'amener à indexer le contenu que vous souhaitez signifie que vous pouvez apparaître dans les résultats de recherche.

C'est quelque chose de très positif, car cela génère :

Visites sur le web

Conversions

Ventes



METRIQUE DU RÉFÉRENCEMENT

2. CLASSEMENT DES MOTS-CLÉS

Il permet de savoir comment le contenu d'un site web est bien positionné et quel est le trafic qu'il attire.

Cette métrique peut être mesurée :

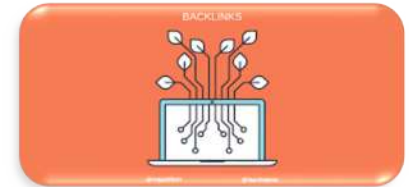
- par la SERP de Google, où l'on peut voir si la page apparaît dans les listes de résultats lors de la recherche d'un mot clé
- par des logiciels de référencement tels que SEMRush ou Ubersuggest, qui indiquent les positions du blog dans Google pour différents mots clés.



METRIQUE DU RÉFÉRENCEMENT

3. LIENS EXTERNES

Ce sont des liens qui relient deux domaines différents
Ils sont extrêmement bénéfiques pour améliorer le positionnement organique.



4. POSITIONNEMENT ORGANIQUE

Il s'agit de la position privilégiée qu'occupe une page ou un site web lorsqu'un utilisateur effectue une recherche sans avoir eu recours à des campagnes publicitaires.



METRIQUE DU RÉFÉRENCEMENT

5. LE TRAFIC ORGANIQUE

Le trafic organique est celui qui, dans la plupart des sites web, génère un nombre de visites plus important et de meilleure qualité puisqu'il s'agit d'utilisateurs ayant un certain intérêt pour le thème d'un site web ou d'un blog.

Le trafic organique est essentiel au succès d'un site web et de tout ce qui se cache derrière : une marque, une entreprise et, en fin de compte, une activité en ligne.

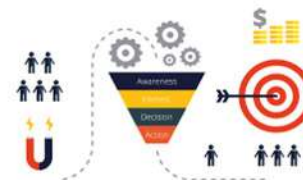
La meilleure façon de le savoir est de consulter Google Analytics.



MESURES DE MARKETING ENTRANT

TAUX DE CONVERSION

Il permet de connaître le nombre de clients potentiels ou de clients réels qui ont été atteints grâce à une action ou une stratégie d'attraction. Il peut être appliqué aux blogs, aux pages de renvoi, aux courriels, aux campagnes, entre autres médias.



SOURCES DE TRAFIC

Ils indiquent l'origine des utilisateurs qui arrivent sur un site web de manière organique, par le biais d'un réseau social, d'un courriel, d'une campagne payante ou de tout autre moyen.



MESURES DE MARKETING ENTRANT

LEADS

C'est un client potentiel de la marque qui a manifesté son intérêt pour la consommation d'un produit ou d'un service.

Mesurer le nombre de prospects générés par une stratégie permettra de visualiser l'impact des actions.



TAUX DE CLIENTS

Le suivi du nombre de clients obtenus par les efforts de marketing entrant permet de savoir ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas.



MESURES DES MÉDIAS SOCIAUX

1. REACH

Il est important de déterminer le nombre de personnes qui ont vu une publication. Cette mesure inclut également les utilisateurs qui ne font pas partie de votre communauté numérique.



2. ENGAGEMENT

L'engagement peut être défini comme le niveau d'engagement que les consommateurs et les utilisateurs ont avec une marque et cela va au-delà de l'achat de produits ou de services.



MESURES DES MÉDIAS SOCIAUX

3. CTR

- Le taux de clics est le nombre de clics obtenus par rapport au nombre d'impressions. Il est utile pour connaître l'efficacité des liens qui sont ajoutés aux publications.



MÉTRIQUES POUR LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE

1. TRAFIC WEB

L'examen du nombre de personnes qui fréquentent le commerce électronique donnera une idée du nombre de ventes que l'entreprise réalisera.



2. TAUX D'ABANDON DE PANIER

Il s'agit du pourcentage de clients en ligne qui ajoutent des produits à leur panier virtuel, mais qui ne finissent pas l'achat. En d'autres termes, il s'agit des clients qui partent sans avoir effectué d'achat alors qu'ils étaient sur le point de le faire.



MÉTRIQUES POUR LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE

3. VALEUR MOYENNE DES COMMANDES

Il s'agit du montant moyen d'argent que chaque client dépense sur un site de commerce électronique. C'est essentiel si vous voulez augmenter vos revenus et savoir combien les utilisateurs dépensent et comment augmenter ce chiffre.



4. TAUX D'ANNULATION

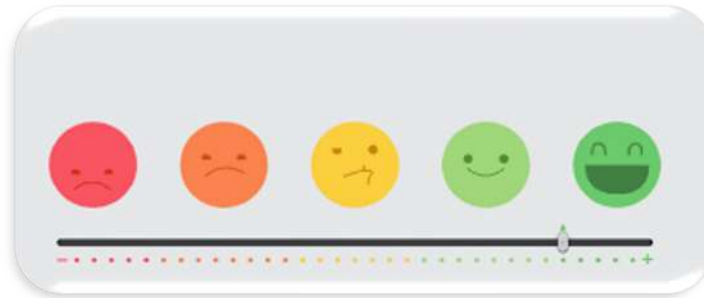
Mesure le nombre de clients qui arrêtent de faire des achats dans le magasin sur une période donnée. Il est précieux de récupérer les anciens clients et de repenser les actions promotionnelles.



MÉTRIQUES POUR LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE

5. LA SATISFACTION DU CLIENT

Un outil permettant de mesurer la satisfaction des clients est un CRM. Grâce à lui, vous avez la possibilité de communiquer directement avec eux, de comprendre leurs besoins et de déterminer le niveau de satisfaction qu'ils retirent de vos produits et services.



MESURES DE MARKETING PAR COURRIEL

1. TARIF OUVERT

Nombre de personnes qui ouvrent les e-mails de la campagne.
Il est important de connaître l'effet des sujets choisis pour les e-mails car ils doivent stimuler le clic.



2. CLICS OUVERTS

Utilisé pour calculer les clics uniques par rapport au taux d'ouverture et pour connaître l'engagement de l'audience.



MESURES DE MARKETING PAR COURRIEL

3. CONVERSIONS ATTENDUES

Indique combien de personnes ont accompli une action souhaitée, par exemple, s'abonner à une chaîne, commencer un essai gratuit, télécharger un matériel, effectuer une transaction, entre autres.

4. TAUX D'ÉCOULEMENT

Indique les adresses électroniques qui n'existent pas.
Il est nécessaire de les connaître pour déterminer si vous suivez les meilleures pratiques de l'email marketing.





MÉTRIQUES DE GOOGLE ADS

Impressions et clics

Nombre d'impressions et de clics générés par les annonces Google.

2. QS

Le score de qualité est basé sur le CTR pour mesurer le niveau de qualité d'une annonce.

3. Coût par conversion

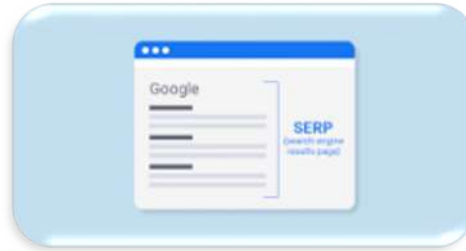
Il s'agit du coût de la conversion de chaque prospect ou client avec une publicité.



MÉTRIQUES DE GOOGLE ADS

4. POSITION MOYENNE

Il s'agit de la position moyenne que les annonces occupent dans Google. Chaque SERP affiche 7 annonces, donc si la position moyenne est inférieure à 7, la stratégie n'est pas pleinement efficace.



5. CPC

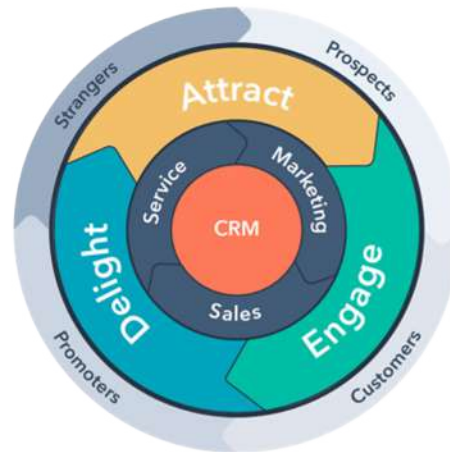
Le coût par clic est la somme d'argent que coûte chaque clic sur une annonce.



HUBSPOT

Ce logiciel est capable d'automatiser l'analyse des données, les pages d'atterrissage et, bien sûr, le marketing par courriel, ainsi que les appels à l'action, le blogging et les actions de référencement en général.

En outre, il comprend un système de gestion de la relation client (CRM) efficace et puissant, un système de gestion de la relation client.



STATION RD

- Aide à optimiser le référencement par des techniques de SEO et améliore l'expérience utilisateur en améliorant le site web de l'entreprise ou de la marque.





HOOTSUITE

- Axé sur les réseaux sociaux
- Responsable du contenu et des publications.
- Les publications doivent être programmées, en définissant des périodes de temps ou une périodicité, pour maintenir les profils à jour et en mouvement.



INFUSIONSOFT

Il permet de créer un système d'affiliation, de gérer des bases de données clients, de fournir des rapports en temps réel et de gérer les documents entrants, tels que les reçus fiscaux, les offres et les factures.

C'est l'un des outils les plus utilisés sur le marché.



EMARSYS

Il s'agit d'un logiciel prédictif, qui effectue des projections et des analyses futures sur la base du traitement d'un volume important et surprenant de données.

Il peut étudier le comportement des utilisateurs et des prospects sur le web et prédire les types de contenus et de produits qui les intéressent.

En outre, il a la capacité de concevoir des campagnes d'email marketing et de médias sociaux, de segmenter l'audience de manière avancée et de rendre compte avec précision de chacune des actions des stratégies.



GOOGLE ANALYTICS

Cet outil a été l'un des premiers sur le marché et s'est imposé comme l'une des meilleures alternatives gratuites, idéale pour les PME et les startups qui veulent entreprendre des stratégies numériques pour rivaliser en termes d'exposition et de positionnement avec les grandes marques.



CONSOLE DE RECHERCHE GOOGLE

- Ce service gratuit de Google est un excellent moyen de surveiller et de maintenir la présence d'un site Web dans les résultats de recherche.
- Cet outil permet de résoudre les problèmes liés aux logiciels malveillants ou au spam, ainsi que de maintenir le site web avec un minimum d'interruptions.



SEMRUSH

- Il s'agit d'une solution puissante pour l'analyse des mots-clés et la détection des possibilités de bon positionnement dans les moteurs de recherche.
- Il existe une version gratuite qui permet d'identifier les principaux concurrents organiques, les liens suivis et non suivis et les domaines de référence.



ION INTERACTIVE

Très utile pour les entreprises dont le site web présente des problèmes de conversion (de visiteurs en prospects ou de prospects en clients) ou n'est pas aussi efficace pour susciter l'engagement du public.



GOOGLE ADWORDS

- Google Ads est le programme de publicité en ligne de Google. Grâce à Google Ads, vous pouvez créer des annonces en ligne pour toucher les internautes au moment précis où ils sont intéressés par les produits et services que vous proposez.
- Cet outil s'est imposé comme un allié des professionnels du référencement et des stratégies de diffusion et de distribution de contenus d'intérêt.



HOTJAR

- C'est un outil qui permet d'analyser la manière dont les utilisateurs naviguent sur le site web d'une marque ou d'une entreprise, ce qui se traduit par une meilleure compréhension de leurs intérêts et de leurs besoins.
- Il garantit l'optimisation du nouveau contenu et un temps de navigation plus long par visiteur.





SIMILARWEB

- L'analyse de la concurrence est un élément fondamental de toute stratégie numérique. Pour cette raison, SimilarWeb est une très bonne option.
- Grâce à cet outil, vous pouvez analyser et savoir quelles actions et tactiques sont développées par les principaux concurrents d'une entreprise sur Internet.



QUILLENAGE

Il s'agit d'un excellent module complémentaire pour Google Analytics, car il convertit les données d'analyse en texte.



ADOBE ANALYTICS

- Cet outil offre plusieurs façons de collecter des données à partir de n'importe quelle source (y compris les données vocales) dans le but de comprendre non seulement ce que l'utilisateur fait, mais aussi pourquoi il le fait. En outre, ses analyses prédictives basées sur l'apprentissage automatique et l'intelligence artificielle permettent de prévoir ce qui pourrait se passer ensuite.



Adobe Analytics

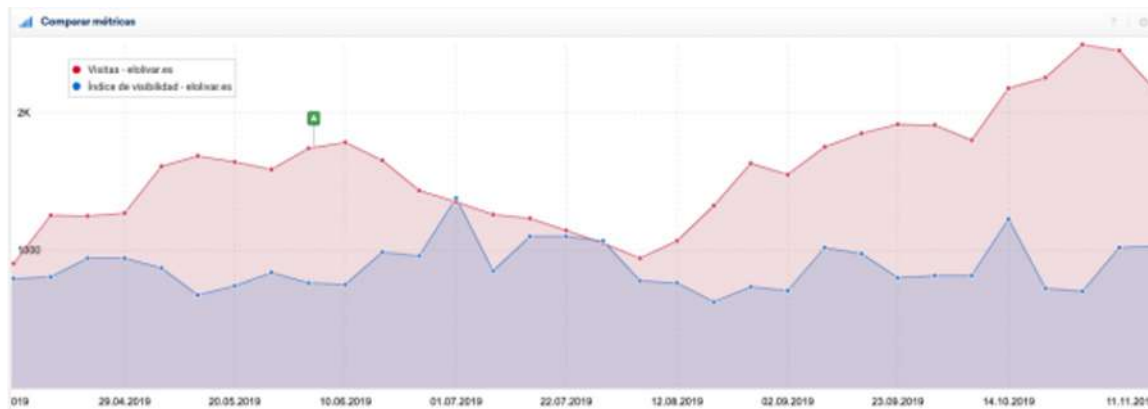
KISSMETRICS

- Il s'agit de l'une des meilleures alternatives à Google Analytics. Cet outil payant collecte des informations, basées sur la segmentation, sur les recherches et le comportement des utilisateurs en temps réel.
- Elle permet également d'identifier les besoins de votre client et donc d'augmenter les conversions.



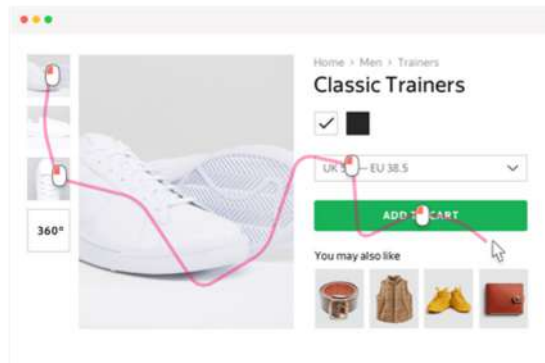
SISTRIX

- Vous pouvez comparer certaines mesures de Google Analytics, telles que le volume d'utilisateurs naviguant sur un site, avec son célèbre indice de visibilité.
- En outre, vous pouvez vérifier les positions que le site occupe pour certains mots clés et découvrir de nouveaux mots clés.



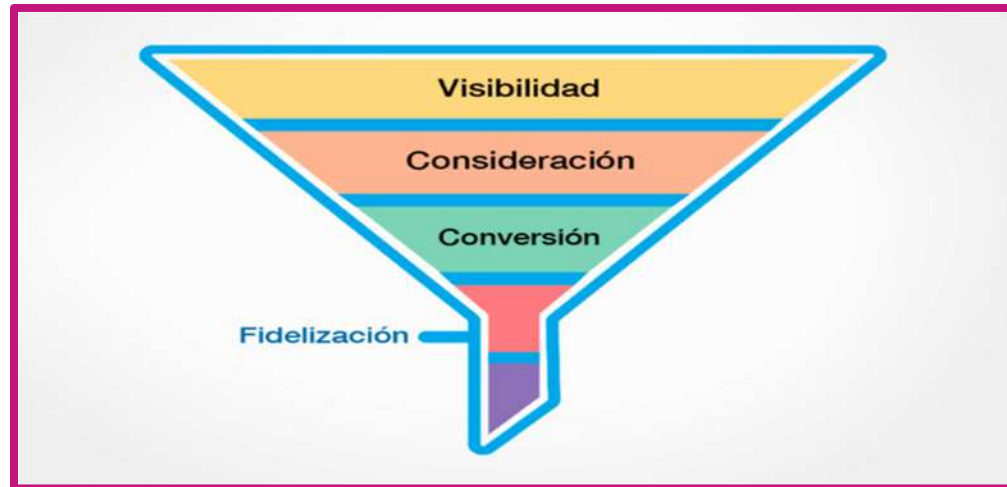
YANDEX

- Yandex Metrica effectue une analyse complète du Web.
- Avec cet outil, vous pouvez observer comment les utilisateurs se déplacent dans la page web : leurs mouvements de souris, leurs clics,... Ainsi, vous pouvez identifier les obstacles auxquels ils sont confrontés, ce qui est particulièrement intéressant dans le processus d'achat et pour améliorer l'expérience utilisateur.
- Il dispose de cartes thermiques grâce auxquelles vous pouvez découvrir les forces et les faiblesses d'un site.



QU'EST-CE QUE C'EST ?

L'entonnoir de vente ou entonnoir de conversion est un terme de marketing en ligne directement lié aux objectifs que nous fixons lorsque nous lançons une boutique en ligne et, en général, un site web ou un blog, surtout si ses objectifs sont commerciaux.

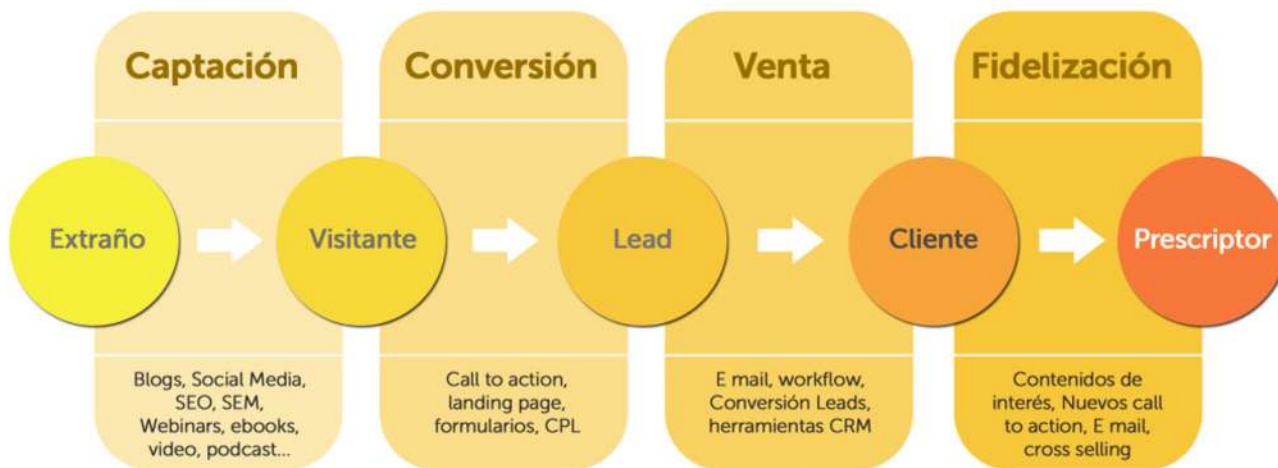


ANALYSE DE L'ENTONNOIR DE VENTE

Cet entonnoir, également appelé "entonnoir de conversion", détermine les différentes phases ou étapes que chacun des visiteurs de notre site web doit franchir pour atteindre un objectif spécifique : normalement, devenir un enregistrement ou un prospect ou finaliser l'achat d'un produit ou d'un service.



Selon le niveau de détail, on peut identifier plus ou moins de phases dans le processus de vente



ANALYSE DE L'ENTONNOIR DE VENTE



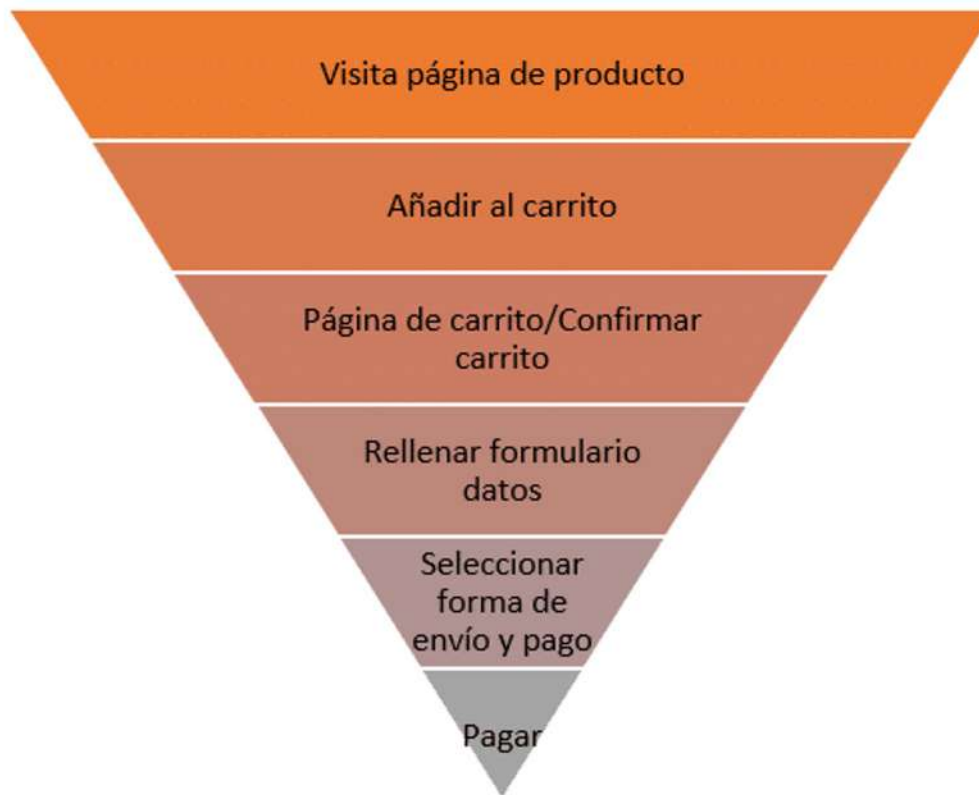
Il existe donc une grande variété de représentations graphiques des entonnoirs de vente.



ANALYSE DE L'ENTONNOIR DE VENTE

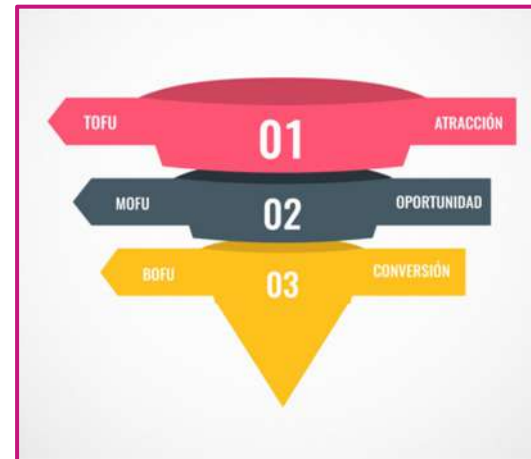


ANALYSE DE L'ENTONNOIR DE VENTE



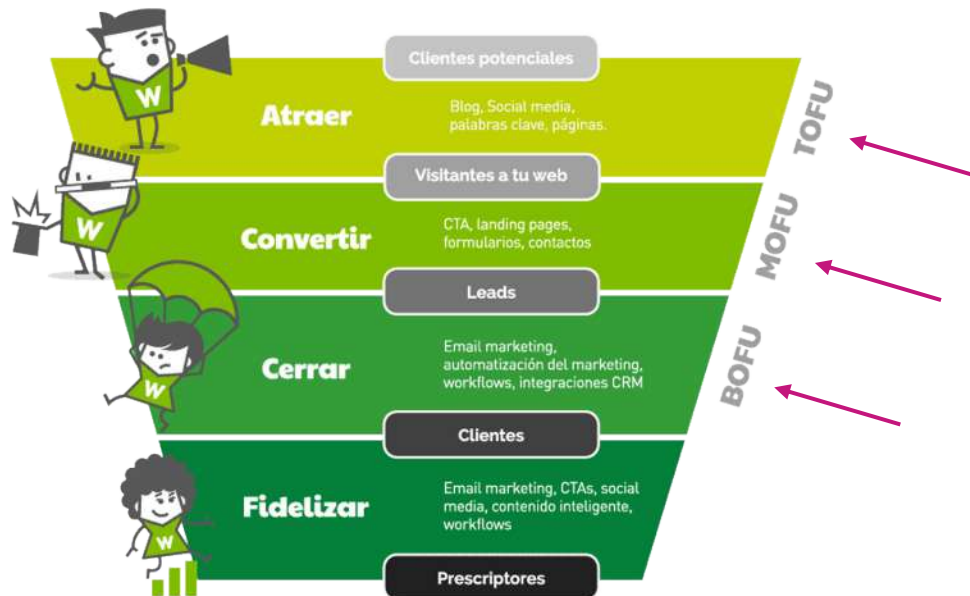
Quelle que soit la représentation graphique choisie. L'entonnoir de vente se compose toujours de trois phases de base, dont les noms font référence à leur position dans l'entonnoir.

- TOFU → *Haut de l'entonnoir*
- MOFU → *Le milieu de l'entonnoir*
- BOFU → *Le fond de l'entonnoir*



TOFU MOFU BOFU en Inbound marketing

Les actions de marketing digital que l'entreprise mène doivent être orientées vers l'objectif de chacune de ces étapes de l'entonnoir.





À QUOI ÇA SERT ?

L'entonnoir de vente, en définissant les étapes qu'un utilisateur suit pour devenir un client, nous aide à identifier le pourcentage d'utilisateurs perdus sur notre site web à chacune de ces étapes.

En connaissant le moment où les utilisateurs sont perdus, l'entreprise peut mener des actions de marketing visant à corriger cette perte.



Par conséquent, l'analyse de l'entonnoir de vente nous permet de :

- Sachez à quel moment les utilisateurs sortent de l'entonnoir.
- Détecter les erreurs et les points à améliorer.
- Savoir où nous devons concentrer nos efforts.
- Il nous aide à calculer le retour sur investissement (ROI) de notre campagne.

Les KPI (Key Performance Indicators) sont une série de mesures utilisées pour synthétiser des informations sur l'efficacité et la productivité des actions menées dans une entreprise.



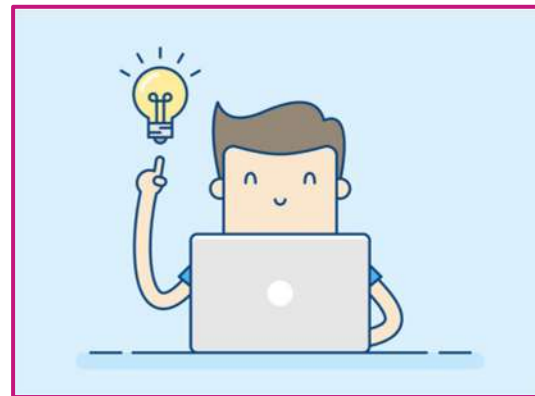
Les KPI sont également connus sous le nom d'indicateurs de qualité ou d'indicateurs commerciaux clés qui peuvent être utilisés et appliqués dans n'importe quel domaine d'activité et secteur productif, bien qu'ils soient très couramment utilisés dans le marketing en ligne.





Le but ultime d'un indicateur de performance clé est d'aider à prendre de meilleures décisions concernant l'état actuel d'un processus, d'un projet, d'une stratégie ou d'une campagne et de pouvoir ainsi définir un plan d'action futur.

AVANTAGES DES KPIS



Les KPI, grâce à l'amélioration des nouvelles technologies de l'information, offrent une mesure beaucoup plus simple, plus objective et plus fiable.



Il existe une multitude d'outils d'analyse spécialisés qui vous permettent de mesurer tous les types d'indicateurs clés de performance dans n'importe quel secteur ou activité.

Ces types d'outils sont très ciblés pour une utilisation dans un champ d'action spécifique, ils utiliseront donc toujours les KPI les plus appropriés et les plus adaptés dans chaque cas, ce qui facilite grandement le travail.



Características de los KPIs



Estrategia

Los KPI abarcan los objetivos estratégicos.



Objetivo

Los KPIs miden el rendimiento en relación con objetivos específicos.



Alcance

Los KPI están limitados por un perímetro de variación.



Codificación

Los KPI están codificados e incluyen una representación visual del rendimiento.



Duración

Los KPIs están limitados en el tiempo.



Puntos de referencia

Los KPI se utilizan en un marco de referencia.

Les indicateurs clés de performance du marketing en ligne pour les médias sociaux sont utilisés pour mesurer :

- Nombre de mentions
- Nombre d'adeptes
- Nombre de commentaires
- Nombre d'actions
- Nombre d'abonnés

Chaque réseau social fournit son propre ensemble d'indicateurs clés de performance (LinkedIn : le nombre de recommandations, Twitter : le nombre de retweets, Google Plus : le nombre de +1, etc.)



LES KPIS DU MARKETING EN LIGNE POUR LA MESURE D'ANALYSE WEB :

La réputation du domaine aux yeux des moteurs de recherche.

Le type, la qualité et le nombre de liens vers le site web.

Origine du trafic et durée des visites.

Les mots-clés et leur nombre par lesquels les utilisateurs trouvent le site web.

Les positions occupées par les mots-clés pour lesquels le web est ou a été positionné.



Les principaux indicateurs clés de performance pour l'analyse web sont le nombre de nouveaux utilisateurs, le pourcentage de nouveaux utilisateurs, le nombre de pages par session et le nombre de sessions.

Les indicateurs clés de performance généraux du marketing en ligne mesurent les stratégies globales de marketing en ligne d'une marque. Ils peuvent être :

- KPI pour les ventes et les clients.
- KPI pour le contenu



Exemple d'un entonnoir de vente avec les indicateurs clés de performance associés à chaque étape.





Exemple d'indicateurs clés de performance associés aux tactiques, stratégies et objectifs commerciaux. (Plan de mesure de la boutique de Google Merchandise)

Objetivo empresarial	Estrategias	Tácticas	KPI
Vender productos que promocionen la marca Google	Crear una campaña de publicidad <i>online</i> que dirija a los clientes al sitio web de Google Merchandise Store para comprar productos de la marca Google	Aumentar las referencias a productos de la marca Android (aprovechando que Android está dando un fuerte impulso a la marca, se quiere aumentar el tráfico de referencia a páginas de productos de Android para ver si el reconocimiento de dichos productos aumenta por parte de los clientes)	Tráfico de referencia a las fichas de producto de la marca Android
			Usuarios nuevos en las fichas de producto de la marca Android
			Número de páginas vistas de productos de la marca Android
		Aumentar los ingresos de los productos de la marca Android (es una forma de medir el éxito de la campaña publicitaria)	Tasa de conversión de la marca Android
			Número total de transacciones de la marca Android
			Ingresos totales de los productos de la marca Android

Normalement, les KPI des entreprises sont organisés en **tableaux de bord**, un espace où sont rassemblés les KPI que la direction de l'entreprise considère comme les plus importants.



Les indicateurs clés de performance (ICP) contenus dans un tableau de bord sont utilisés pour mesurer les performances des différents processus et domaines de l'entreprise. Leur nombre et leur fréquence de mesure peuvent être modifiés en fonction des intérêts de la direction, soit pour surveiller des aspects spécifiques de l'entreprise, soit pour obtenir une image fidèle de son activité.



PRINCIPAUX INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE ET TABLEAUX DE BORD



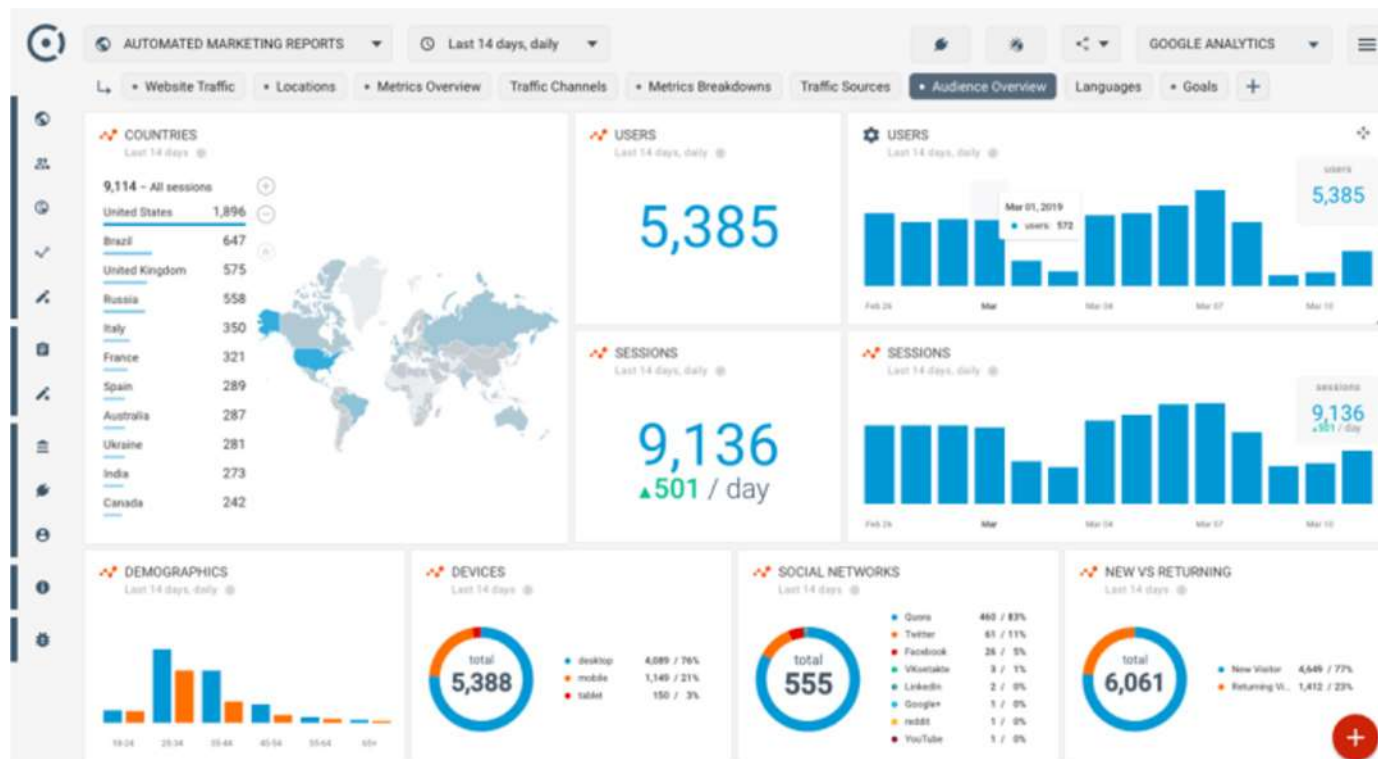
LES TABLEAUX DE BORD ONT UN DOUBLE OBJECTIF :



Ils facilitent la prise de décision en se basant sur la comparaison des données réelles obtenues avec les données cibles fixées à l'avance.

Ils permettent à la direction de communiquer aux niveaux hiérarchiques inférieurs quels sont les axes centraux de sa politique commerciale, impliquant ainsi tous les niveaux dans la réalisation des objectifs stratégiques de l'entreprise.

Exemple de tableau de bord dans Google Analytics



EXEMPLE D'UTILISATION DE GOOGLE ANALYTICS.



PLATEFORME MARKETING GOOGLE : OUTIL ANALYTIQUE

Outil qui vous permet de mieux connaître vos utilisateurs pour leur offrir de meilleures expériences et obtenir de bons résultats. Il vous permet de savoir comment les utilisateurs interagissent avec le contenu d'un site web et de découvrir ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas.



Analytics 360

PRINCIPALES FONCTIONNALITÉS

Suivre et analyser le trafic du site web

D'où vient un utilisateur et comment se comporte-t-il ?

Agrégation de données provenant de différentes plateformes Google

COMMENT CELA FONCTIONNE-T-IL ?

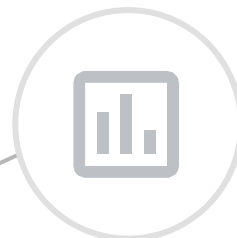


L'utilisateur visite un site web



Le code Analytics 360 est activé. Le cookie analytique (première partie) est lu/écrit dans le navigateur et un hit est envoyé aux serveurs de Google.

Les données sont présentées



Les données peuvent être exportées sous forme de rapports



Les données brutes sont envoyées dans le nuage



Analyse avancée dans BigQuery

GA : COMMENT ÇA MARCHE

Collecte des données

- Pour suivre un site Web et collecter des données, vous devez créer un compte Google Analytics et ajouter un code JavaScript sur chaque page du site.
- Lorsqu'un utilisateur arrive sur le site, le code recueille des informations anonymes sur la façon dont l'utilisateur a interagi avec la page, en plus des données du navigateur.
- Chaque fois qu'une page se charge, le code de suivi recueille et envoie des données sur l'activité de l'utilisateur, en regroupant cette activité en "sessions".

Une session commence lorsqu'une page est saisie avec le code de suivi GA et se termine après 30 minutes d'inactivité.

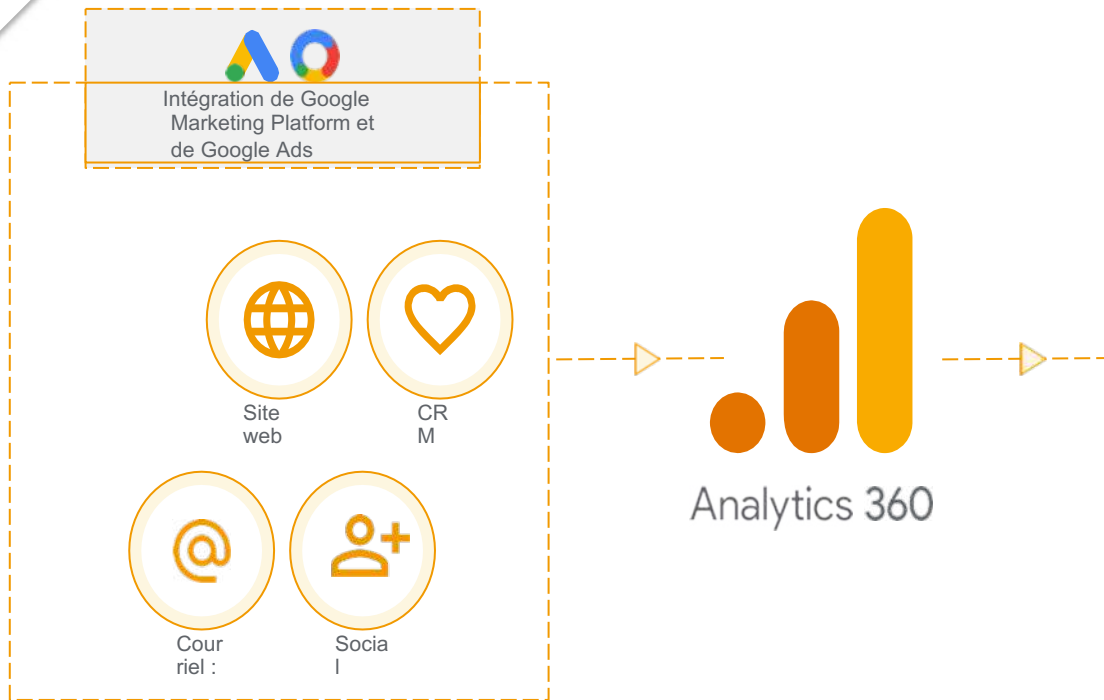
Traitement des données

- Une fois les interactions des utilisateurs collectées, Google Analytics commence le processus de transformation des données brutes en données utiles.
- Lorsque Analytics traite les données, il les agrège et les organise selon différents critères tels que le navigateur ou le fait qu'un appareil de bureau ou mobile ait été utilisé.
- Une fois traitées, les données sont stockées dans une base de données et ne peuvent être modifiées.

Reporting

- Une fois traitées et stockées dans la base de données, les données sont affichées dans des rapports d'analyse.

Les données intégrées produisent des informations exploitables



Des idées :

+ 200 rapports dont :

- 1.) Rapport d'ensemble sur les mobiles.
- 2.) Rapport sur les canaux.
- 3.) Résumé de la navigation.
- 4.) Rapport sur les pages d'atterrissage.
- 5.) Rapport sur la vitesse du site.
- 6.) Rapport sur l'aperçu des objectifs.

Nous ne mesurons pas les clics et les pages vues, nous mesurons les objectifs commerciaux.



Focus

Il n'est pas nécessaire de tout mesurer

Nous mesurons et analysons pour mener à bien des actions qui nous permettent d'améliorer les ventes, les prospects, l'intérêt, ...



Plan

Un plan de mesure qui identifie les dimensions et les paramètres nécessaires à l'analyse des différents indicateurs clés de performance.
Définir un contexte clair pour chaque KPI (acquisition, conversion, ...)



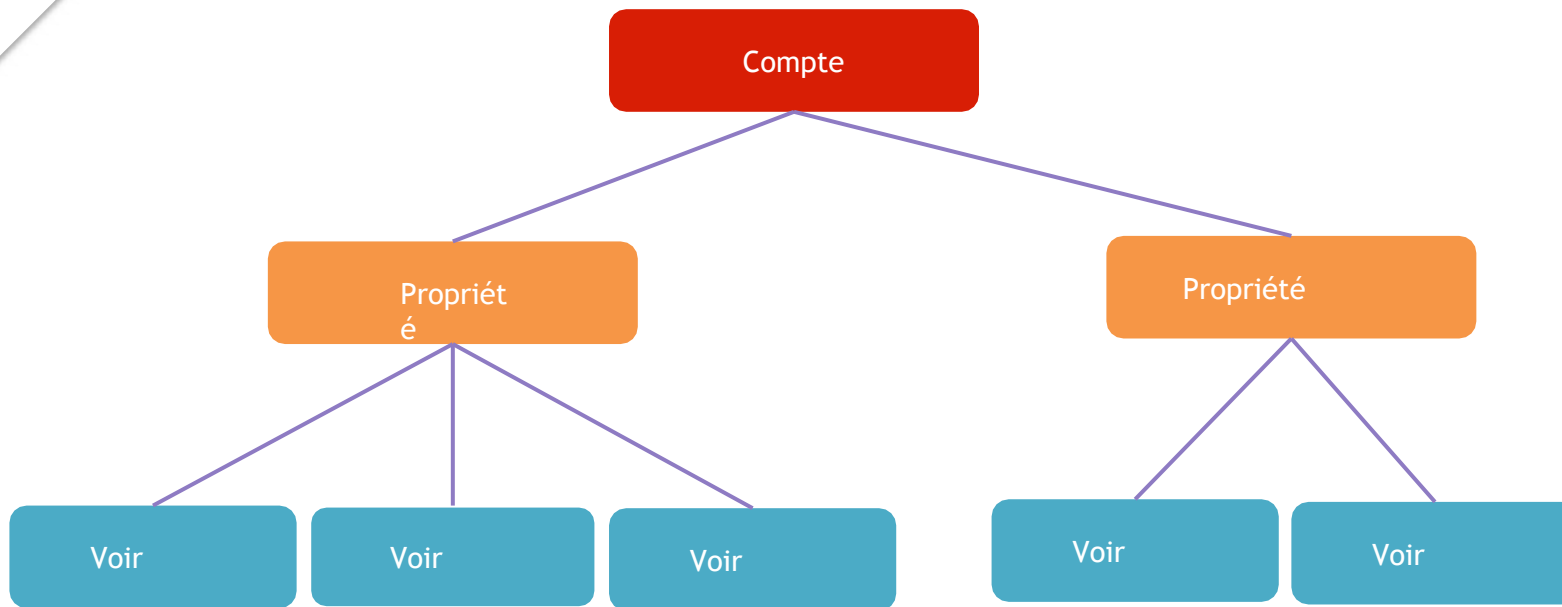
Analyse

Les outils ne permettent pas d'analyser, de collecter, de trier et de présenter les données.

Il est nécessaire d'avoir des analystes proches de l'entreprise.

Il est conseillé d'avoir des valeurs de référence et de fixer des objectifs clairs.

STRUCTURE DE GOOGLE ANALYTICS





The screenshot shows the Google Analytics interface with three red circles highlighting the dropdown menus for Account, Property, and View. The Account menu (1) includes options like Account Settings, Account User Management, All Filters, and Trash Can. The Property menu (2) includes Property Settings, Tracking Info, and sections for Product Linking (Google Ads, AdSense, Ad Exchange, All Products), Audience Definitions, Custom Definitions, and Data Import. The View menu (3) includes View Settings, Goals, Filters, Ecommerce Settings, Calculated Metrics, Personal Tools & Assets (Segments, Annotations, Multi-Channel Funnels Settings, Custom Channel Grouping, Custom Alerts, Scheduled Emails, Saved Reports), and Share Assets.

1 ACCOUNT

2 PROPRIÉTÉ

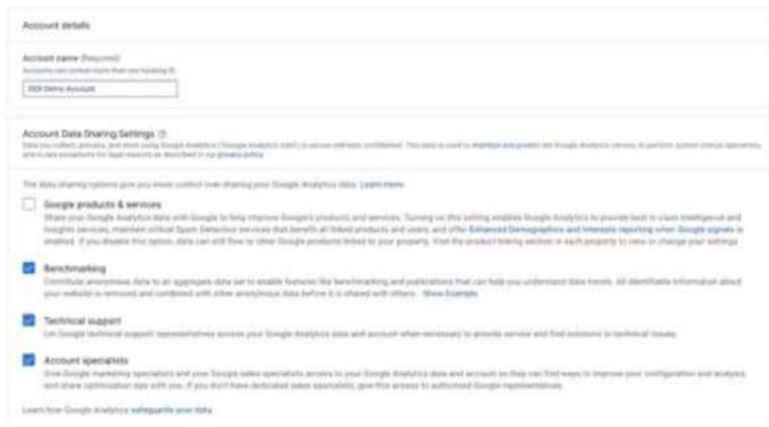
3 VIEW

GA STRUCTURE

GA STRUCTURE

Google Analytics : création d'un compte.

1. Allez sur Google Analytics : <https://analytics.google.com/>
2. Cliquez sur créer un compte et suivez les instructions
Remplissez les détails du compte (nom et paramètres de partage).
Remplissez les détails du bien (nom du bien et type de bien).



Account details

Account name (Required)
Account name can contain only letters, numbers, hyphens, and underscores.

123 Demo Account

Account Data Sharing Settings ⓘ
See your account privacy and data sharing settings. Google Analytics uses this information to improve our products and services. You can control what data is shared with other Google products.

The data sharing options give you more control over sharing your Google Analytics data. [Learn more](#)

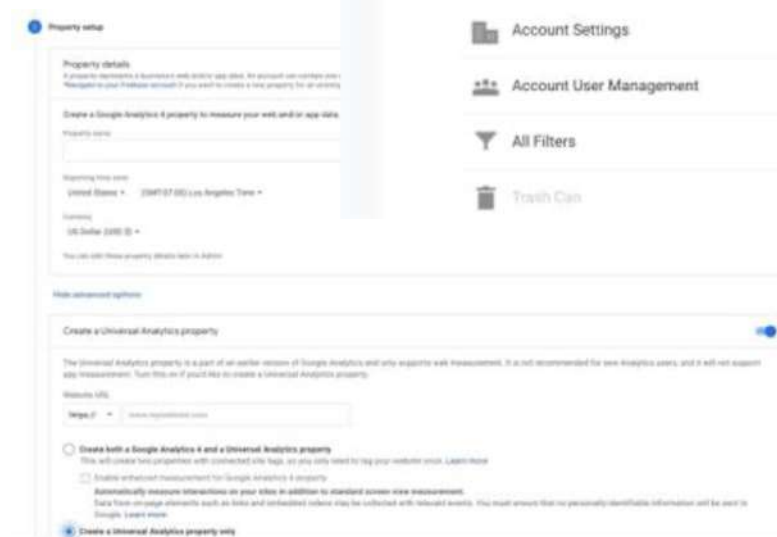
Google products & services
Share your Google Analytics data with Google to help improve Google's products and services. Turning on this setting enables Google Analytics to provide best-in-class intelligence and insights services, maintain critical Span Datacenter services that benefit all global products and users, and offer Enhanced Demographics and Interest Reporting when Google signals is enabled. If you disable this option, data can still flow to other Google products linked to your property. Visit the product linking section in each property to view or change your settings.

Benchmarking
Contribute anonymous data to an aggregated data set to enable features like benchmarking and publications that can help you understand data trends. All identifiable information about your website is removed and combined with other anonymous data before it is shared with others. [Share Example](#)

Technical support
Let Google technical support representatives access your Google Analytics data and account when necessary to provide service and find solutions to technical issues.

Account specialists
Give Google marketing specialists and your Google sales specialists access to your Google Analytics data and account so they can help ways to improve your configuration and analytics, and share optimization tips with you. If you don't have dedicated sales specialists, give this access to authorized Google representatives.

[Learn how Google Analytics safeguards your data](#)



Property setup

Property details
A property represents a business web site or app. An account can contain one or more properties. You can create a new property for an existing account.

Create a Google Analytics 4 property to measure your web and/or app site.

Property name

Warning: this site

United States | GMT-07:00 Los Angeles Time

Location

US Dallas (2022) ⓘ

You can edit these property details later in Admin.

Universal Analytics options

Create a Universal Analytics property
The Universal Analytics property is a part of an earlier version of Google Analytics and only supports web measurement. It is not recommended for new Analytics users, and it will not support site measurement. Turn this on if you'd like to create a Universal Analytics property.

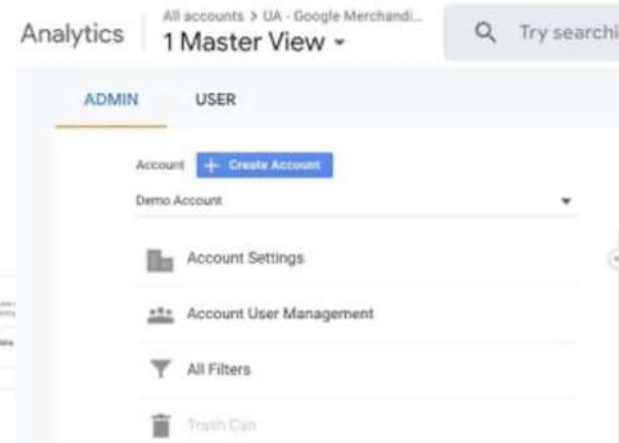
Website URL

Steps: 1 -

Create both a Google Analytics 4 and a Universal Analytics property
This will create two properties with connected site tags, so you only need to tag your website once. [Learn more](#)

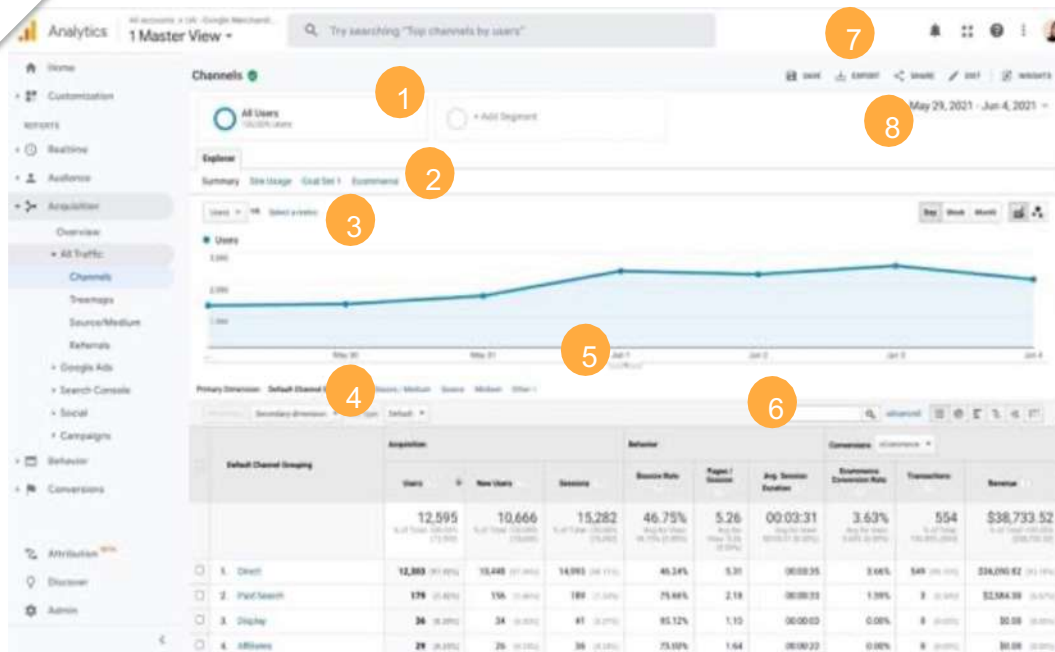
Enable enhanced measurement for Google Analytics 4 property
Automatically measure interactions on your site in addition to standard screen view measurement. Data from on-page elements such as links and embedded video may be collected with reduced events. This means that no personally identifiable information will be sent to Google. [Learn more](#)

Create a Universal Analytics property only



EXEMPLE D'UTILISATION DE GOOGLE ANALYTICS.

INTRODUCTION AUX RAPPORTS



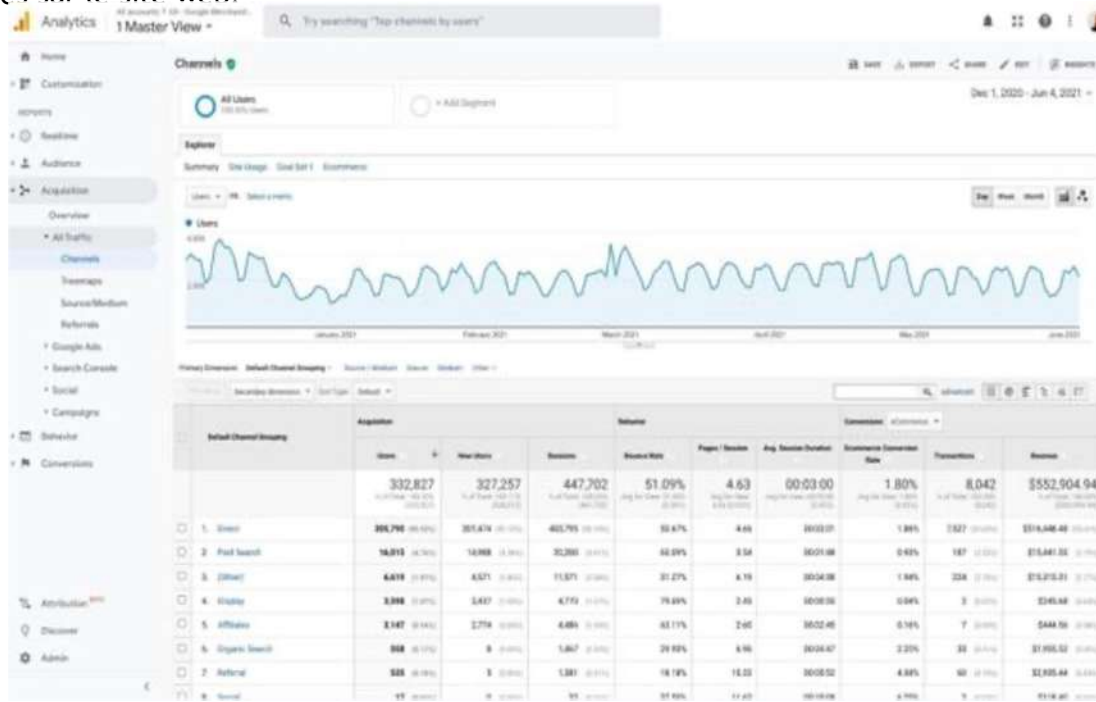
- 1 — Segments
- 2 — Vues
- 3 — Métriques
- 4 — Dimension secondaire
- 5 — Notes
- 6 — Filtres
- 7 — Exportation
- 8 — Date

EXEMPLE D'UTILISATION DE GOOGLE ANALYTICS.



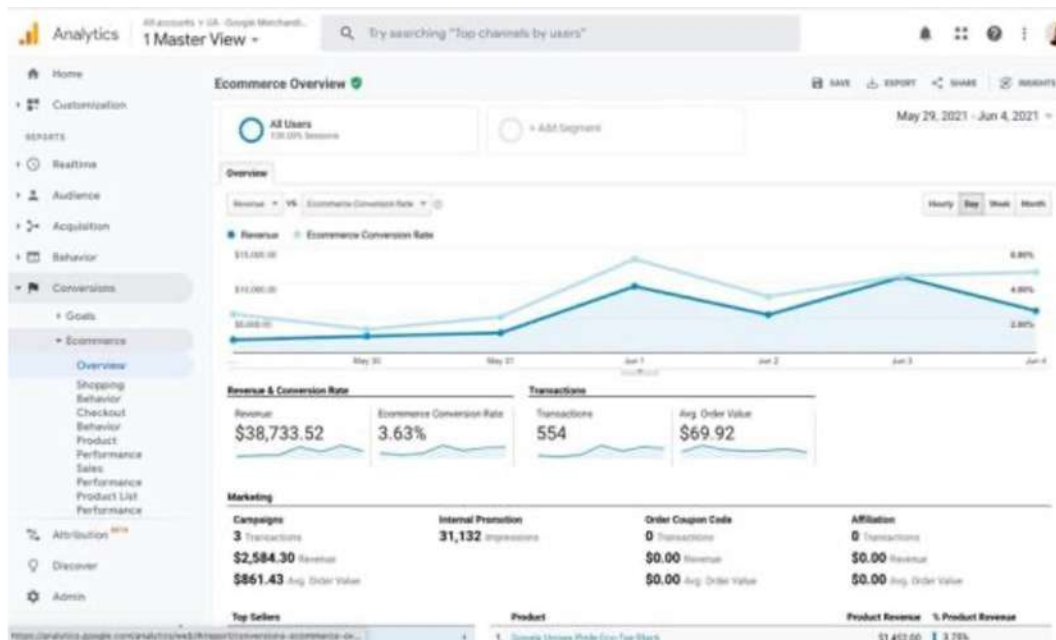
Acquisition > Tout le trafic > Canaux

Il décompose le trafic en fonction des sources de trafic et de la manière dont les utilisateurs sont arrivés sur le site web.



RAPPORTS DANS LE DOMAINE DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Conversions > Ecommerce > Aperçu : Résumé des ventes, taux de conversion du commerce électronique, transactions, valeur moyenne des commandes et autres mesures.



QUE FAIT MA CONCURRENCE ? OUTILS DE VEILLE CONCURRENTIELLE



SEMRUSH
COMPETITIVE INTELLIGENCE

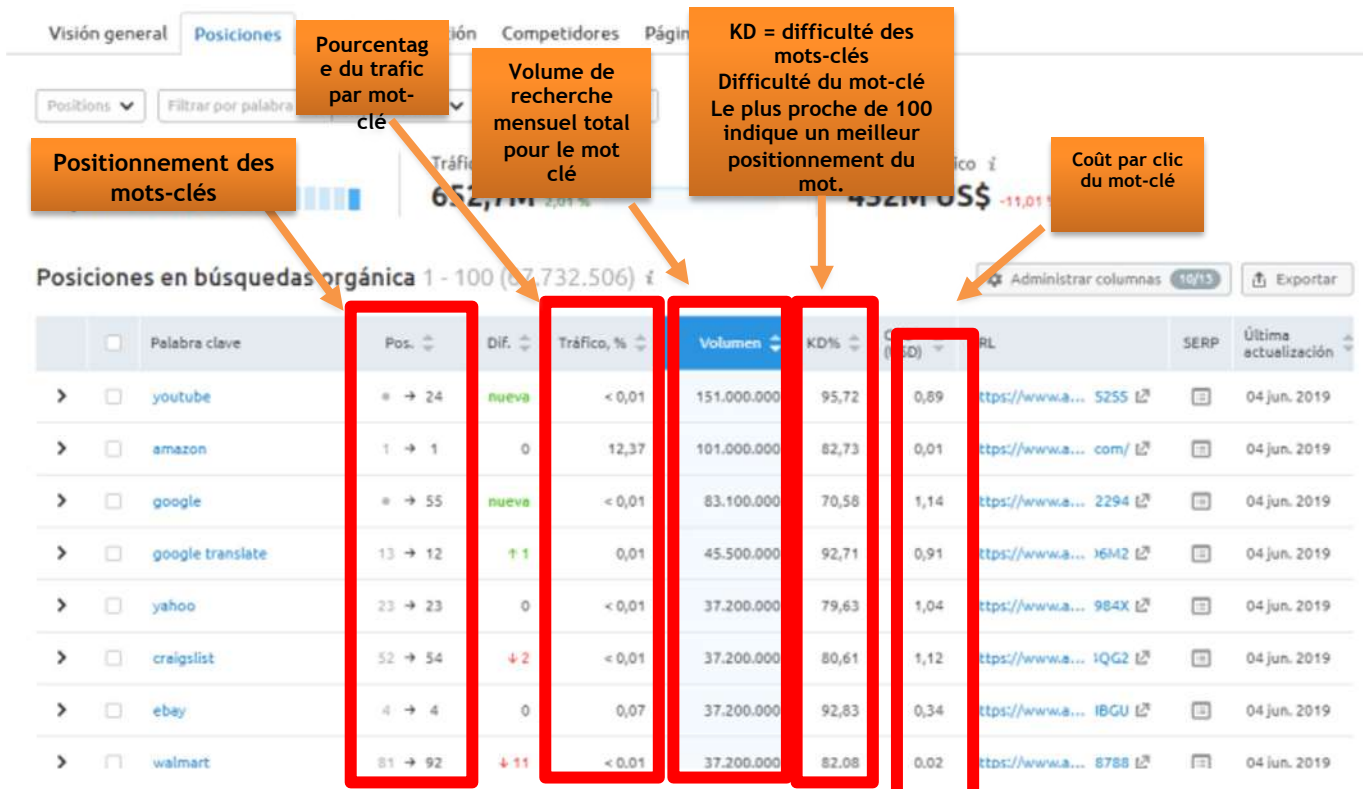
QUE FAIT MA CONCURRENCE ? OUTILS DE VEILLE CONCURRENTIELLE



Il s'agit d'un outil SEO pour l'analyse web et l'analyse concurrentielle, qui offre diverses métriques et des données importantes liées au positionnement SEO pour définir et analyser votre stratégie de contenu.



QUE FAIT MA CONCURRENCE ? OUTILS DE VEILLE CONCURRENTIELLE



Positionnement des mots-clés
Pourcentage de trafic par mot-clé
Volume de recherche mensuel total pour le mot clé
KD = difficulté des mots-clés
Difficulté du mot-clé
Le plus proche de 100 indique un meilleur positionnement du mot.
Coût par clic du mot-clé

Palabra clave	Pos.	Dif.	Tráfico, %	Volumen	KD%	Costo (€)	URL	SERP	Última actualización
youtube	24	nueva	< 0,01	151.000.000	95,72	0,89	https://www.a... 5255	5255	04 jun. 2019
amazon	1	0	12,37	101.000.000	82,73	0,01	https://www.a... com/	com/	04 jun. 2019
google	55	nueva	< 0,01	83.100.000	70,58	1,14	https://www.a... 2294	2294	04 jun. 2019
google translate	13	↑ 1	0,01	45.500.000	92,71	0,91	https://www.a... 16M2	16M2	04 jun. 2019
yahoo	23	0	< 0,01	37.200.000	79,63	1,04	https://www.a... 984X	984X	04 jun. 2019
craigslist	52	↓ 2	< 0,01	37.200.000	80,61	1,12	https://www.a... 1QG2	1QG2	04 jun. 2019
ebay	4	0	0,07	37.200.000	92,83	0,34	https://www.a... 1BGU	1BGU	04 jun. 2019
walmart	81	↓ 11	< 0,01	37.200.000	82,08	0,02	https://www.a... 8788	8788	04 jun. 2019

QUE FAIT MA CONCURRENCE ? OUTILS DE VEILLE CONCURRENTIELLE



Singular**Price**

QU'EST-CE QUE

- Outil de veille concurrentielle qui détecte les changements de prix dans les réseaux de distribution et découvre qui vend vos produits, grâce au suivi et à la surveillance par des bots spécialement configurés.

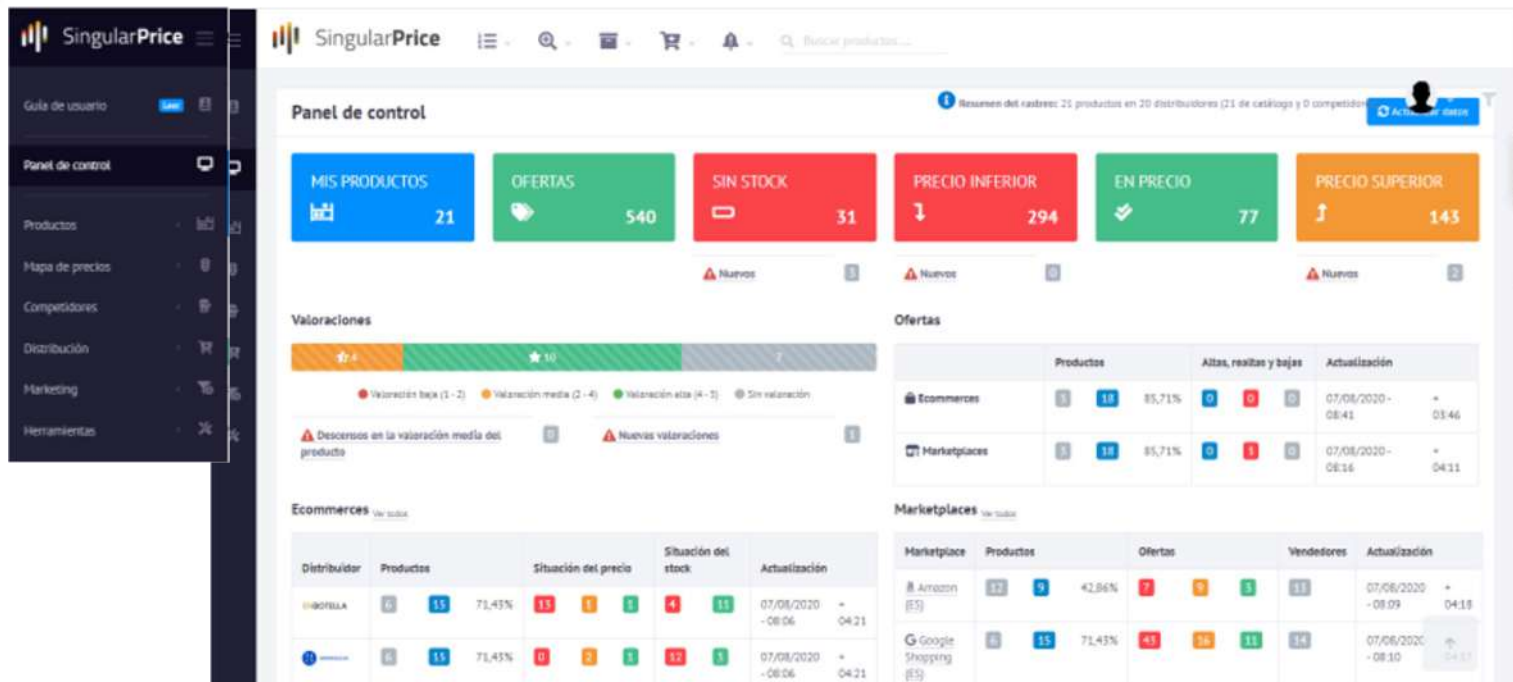
SERVICES

- Contrôle des prix et distribution
- Contrôle des stocks : ajouts, suppressions, ruptures...
- Contrôle de la valorisation des produits sur les plateformes.
- Analyse de la concurrence.
- Examen du réseau de distribution 365 jours par an.
- Attention personnalisée avec les gestionnaires de prix

AUTRES INFORMATIONS D'INTÉRÊT

- Automatisation par l'envoi d'alertes et de rapports périodiques.
- Nombre illimité d'utilisateurs
- Mises à jour à vie
- Vérification humaine : confirmer les enregistrements, les désenregistrements et les nouvelles correspondances, afin d'obtenir le meilleur niveau de correspondance.

PANNEAU DE CONTRÔLE



SingularPrice

Resumen del estado: 25 productos en 20 distribuidores (21 de catálogo y 0 competidores)

Panel de control

MIS PRODUCTOS 21	OFERTAS 540	SIN STOCK 31	PRECIO INFERIOR 294	EN PRECIO 77	PRECIO SUPERIOR 145
---------------------	----------------	-----------------	------------------------	-----------------	------------------------

Valoraciones

Valoración baja (1-2) | Valoración media (2-4) | Valoración alta (4-5) | Sin valoración

Desercos en la valoración media del producto | Nuevas valoraciones

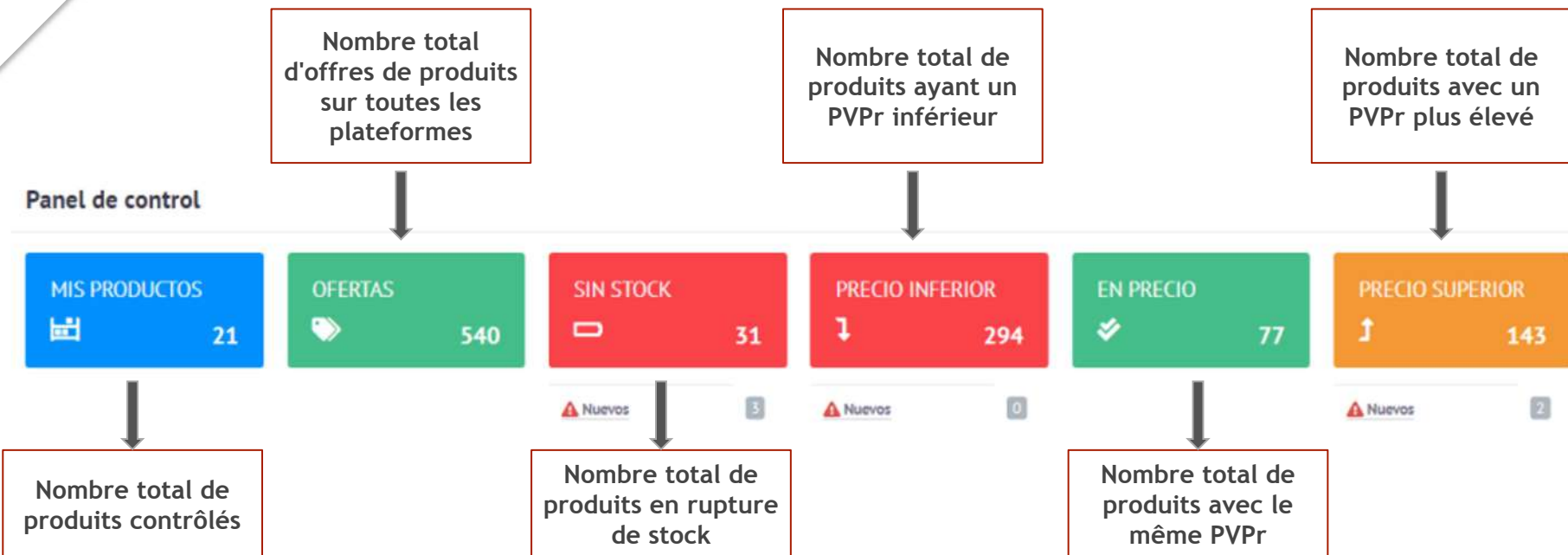
Ecommerces

Distribuidor	Productos	Situación del precio	Situación del stock	Actualización
WOBELLA	15	71,43%	13 1 3	07/08/2020 -08:06 04:21
Amazon	15	71,43%	0 2 1	07/08/2020 -08:06 04:21

Marketplaces

Marketplace	Productos	Ofertas	Vendedores	Actualización
Amazon (ES)	12	42,86%	7 9 3	07/08/2020 -08:09 04:19
Google Shopping (ES)	15	71,43%	43 36 11	07/08/2020 -08:10 04:17

PANNEAU DE COMMANDE - FONCTIONNALITÉS



QUE FAIT MA CONCURRENCE ? OUTILS DE VEILLE CONCURRENTIELLE



Situation générale par Ecommerce et places de marché

Valoraciones



● Valoración baja (1 - 2)
 ● Valoración media (2 - 4)
 ● Valoración alta (4 - 5)
 ● Sin valoración

▲ Descensos en la valoración media del producto 0
 ▲ Nuevas valoraciones 1

% d'évaluation (faible, moyenne, élevée et non évaluée) des produits sur les plateformes

Ofertas

	Productos			Altas, realtas y bajas			Actualización	
 Ecommerce	3	18	85,71%	0	0	0	07/08/2020 - 08:41	+ 03:46
 Marketplaces	3	18	85,71%	0	3	0	07/08/2020 - 08:16	+ 04:11

QUE FAIT MA CONCURRENCE ? OUTILS DE VEILLE CONCURRENTIELLE



Commerces Ver todos

Distribuidor	Productos	Situación del precio	Situación del stock	Actualización
BOTELLA	6 15 71,43%	13 1 1	4 11	07/08/2020 - 08:06 + 04:21
Amazon	6 15 71,43%	0 2 1	12 3	07/08/2020 - 08:06 + 04:21
Google Shopping	7 14 66,67%	12 0 2	0 14	07/08/2020 - 08:06 + 04:21
eBay	8 12 57,14%	5 4 5	0 12	07/08/2020 - 08:41 + 05:46
Vivino	9 12 57,14%	9 2 1	0 12	07/08/2020 - 08:16 + 04:11



Situation générale par Ecommerce avec des informations sur : le nombre de produits commercialisés, la situation des prix et la situation des stocks.

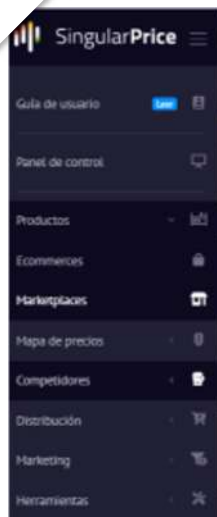
Marketplaces Ver todos

Marketplace	Productos	Oferas	Vendedores	Actualización
Amazon (ES)	12 9 42,86%	7 9 3	13	07/08/2020 - 08:09 + 04:18
Google Shopping (ES)	6 15 71,43%	43 16 11	14	07/08/2020 - 08:10 + 04:17
eBay (ES)	18 3 14,29%	2 0 1	2	07/08/2020 - 08:12 + 04:15
Vivino (ES)	7 14 66,67%	113 62 26	13	07/08/2020 - 08:13 + 04:14
Drinks & Co (ES)	6 15 71,43%	41 23 11	17	07/08/2020 - 08:16 + 04:11



Situation générale des places de marché avec des informations sur : le nombre de produits commercialisés, la situation des prix et le nombre de vendeurs.





QUE FAIT MA CONCURRENCE ? OUTILS DE VEILLE CONCURRENTIELLE



SingularPrice

Resumen del rastreo: 21 productos en 20 distribuidores (21 de catálogo y 0 competidores)

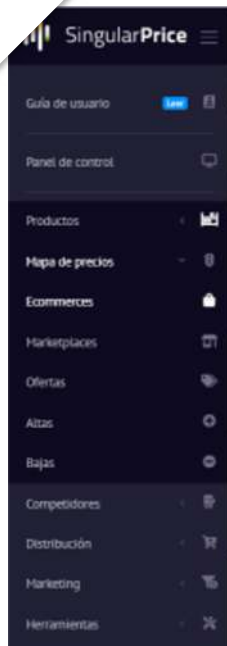
Productos: 21 productos (Marketplaces)

Producto	Categoría	Marca	PVP	Ofertas	AMZ.es	GS (ES)	EBAY (ES)	W (ES)	D&C (ES)
 Botella 0,75l Marqués de Riscal Reserva 2019 EAN: 841308430033 P/N: N/A	Vino rosado / 2019	Marqués de Riscal	6,60€	22 (14)	6,40 - 6,80 (2) 6,40 60	6,50 - 6,50 (7)	-	6,40 - 6,50 (1) 6,40 60	6,40 - 6,80 (5) 6,50 60
 Botella 0,75l Avineno de Marqués de Riscal 2016 EAN: 8413084430034 P/N: N/A	Vino tinto / 2016	Marqués de Riscal	7,95€	27 (17)	6,70 (1) 6,50 60	6,50 - 6,50 (4)	-	6,50 - 6,50 (21) 6,50 60	6,50 (1) 6,50 60
 Botella 0,75l Marqués de Riscal Verdeja 2019 EAN: 8413084430019 P/N: N/A	Vino blanca / 2019	Marqués de Riscal	7,40€	55 (4)	6,50 - 6,50 (4)	6,50 - 6,50 (11)	-	6,50 - 6,50 (28) 6,50 60	6,50 - 6,50 (12) 6,50 60
 Botella 0,75l Marqués de Riscal Reserva 2015 EAN: 8413084430004 P/N: N/A	Vino tinto / 2015	Marqués de Riscal	14,40€	60 (25)	13,50 - 13,50 (7) 13,50 60	13,50 - 13,50 (3)	-	13,50 - 13,50 (37) 13,50 60	13,50 - 13,50 (13) 13,50 60

Liste complète de tous les produits, description générale : nom, EAN, numéro de pièce.

Analyse des produits sur toutes les places de marché : RRP, nombre d'offres actives, prix minimum, prix maximum, prix gagnant de la boîte d'achat.

QUE FAIT MA CONCURRENCE ? OUTILS DE VEILLE CONCURRENTIELLE

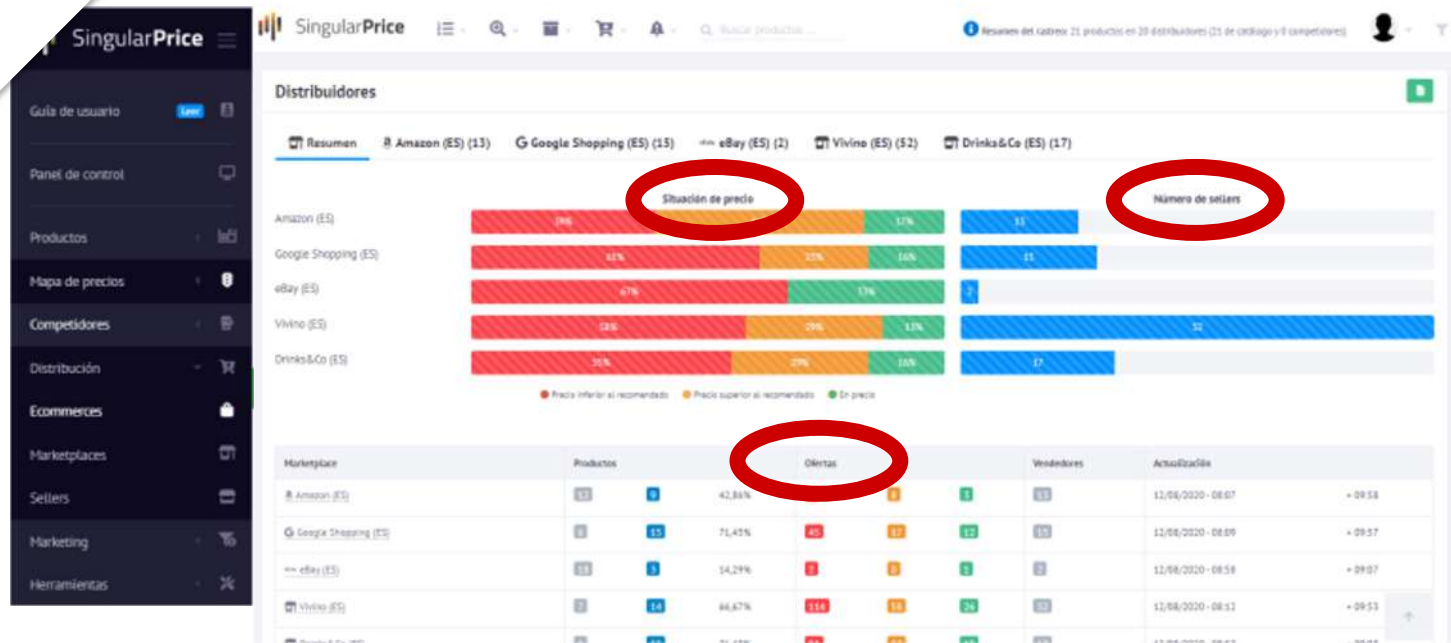


Mapa de precios: 21 productos (Marketplaces)

Producto :	P/N :	PVP :	AMZ.es	GS (ES)	EBAY (ES)	W (ES)	D&C (ES)
Botella 0,75L Marqués de Riscal Rosado 2019	N/A	6,60€	5,47€	5,47€		5,47€	5,70€
Botella 0,75L Arleno de Marqués de Riscal 2016	N/A	7,95€	7,79€	6,23€		7,24€	6,50€
Botella 0,75L Marqués de Riscal Verdejo 2019	N/A	7,40€	7,54€	4,90€		7,59€	8,17€
Botella 0,75L Marqués de Riscal Reserva 2015	N/A	14,40€	13,75€	12,80€		13,84€	14,90€
Botella 0,75L Sordo Marqués de Riscal 2018	N/A	13,50€		12,05€			13,56€
Botella 0,75L Marqués de Riscal Viñas Viejas Rosado 2018	N/A	29,75€				25,26€	25,26€
Estache 1 Botella 0,75L Barón de Chivel Verdejo Viñas Centenarias 2018	N/A	42,50€		40,36€		39,90€	
Botella 0,75L Marqués de Riscal Limón 2018	N/A	14,75€		13,20€		11,61€	12,96€
Botella 0,75L Finca Montón 2018	N/A	12,50€		10,77€	12,90€	10,77€	11,40€
Botella 0,75L Marqués de Riscal Sarrigón Organic 2019	N/A	9,80€	9,83€	8,57€		8,20€	8,83€
Estache 2 Botellas 0,75L Marqués de Riscal Verdejo • Ice Bag 2019	N/A	14,80€					
Estache 3 Botellas 0,75L Marqués de Riscal Verdejo 2019	N/A	22,20€					
Botella 0,75L Barón de Chivel Tista Reserva 2015	N/A	69,95€	77,86€	65,00€	64,75€	57,02€	57,02€

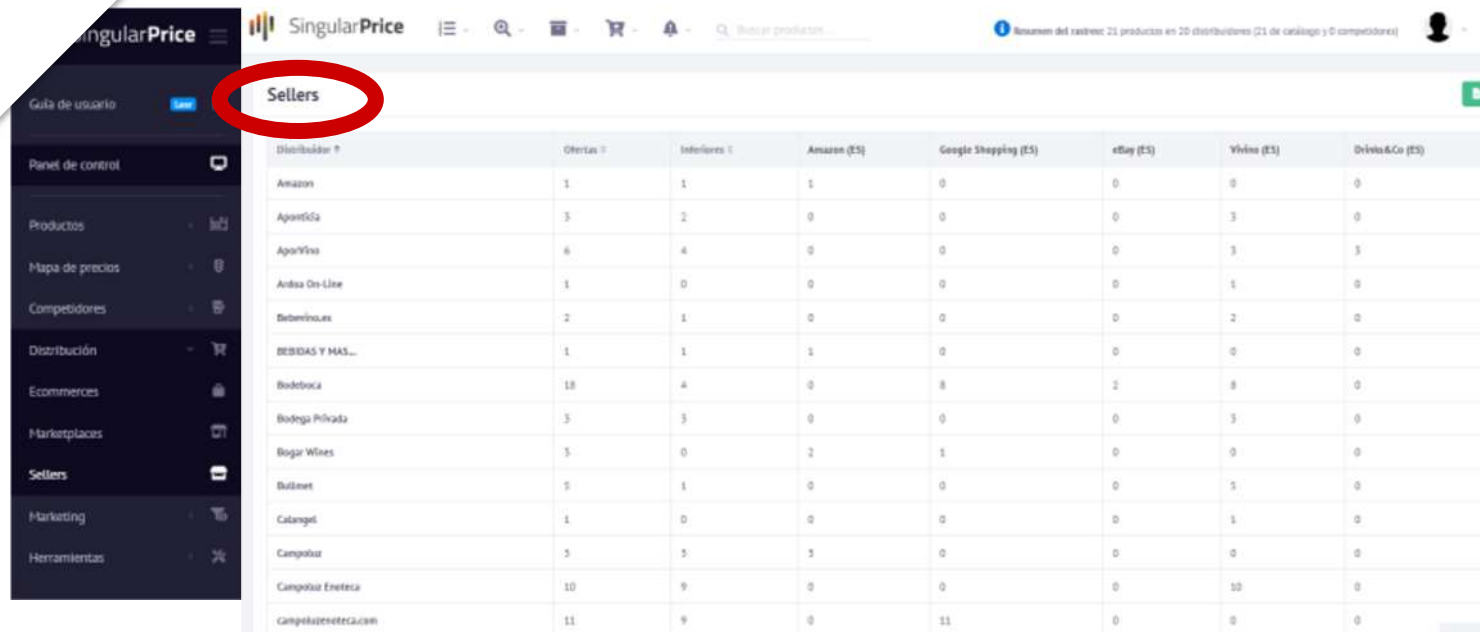
Analyse de la situation des prix par produit et sur les différentes places de marché.

QUE FAIT MA CONCURRENCE ? OUTILS DE VEILLE CONCURRENTIELLE



Informations sur la situation des prix, le nombre d'offres et le nombre de vendeurs par place de marché

QUE FAIT MA CONCURRENCE ? OUTILS DE VEILLE CONCURRENTIELLE



Resumen del rastreo: 21 productos en 20 distribuidores (21 de catálogo y 0 competidores)

Distribuidor ?	Ofertas ?	Interiores ?	Amazon (ES)	Google Shopping (ES)	eBay (ES)	Vivino (ES)	Diviva&Co (ES)
Amazon	1	1	1	0	0	0	0
ApoVino	3	2	0	0	0	3	0
ApoVino	6	4	0	0	0	3	3
Andia On-Line	1	0	0	0	0	1	0
Bebivinos	2	1	0	0	0	2	0
BEBIDAS Y MAS...	1	1	1	0	0	0	0
Bodeboca	18	4	0	8	2	8	0
Bodega Privada	3	3	0	0	0	3	0
Bogar Wines	3	0	2	1	0	0	0
Bullnet	5	1	0	0	0	5	0
Calangé	1	0	0	0	0	1	0
Campaluz	5	5	5	0	0	0	0
Campaluz Enoteca	10	9	0	0	0	10	0
Campaluzenotecaen	11	9	0	11	0	0	0

Liste complète de tous les vendeurs commercialisant les produits sur toutes les plateformes contrôlées

QU'EST-CE QU'UN SCOUT DE LA JUNGLE ?

Jungle Scout est une application dans le nuage, dont l'objectif principal est de montrer des données et des statistiques qui aideront dans le processus de sélection des produits à vendre, l'identification des niches de marché et l'étude de la concurrence.



JS Jungle Scout

Con Jungle Scout, puede analizar y tomar decisiones basadas en resultados y estadísticas reales. Vous pouvez extraire et exporter les informations suivantes en Excel :

- Nom du produit
- Marque
- Prix
- Catégorie
- Classification
- Estimation des ventes
- Revenu estimé
- Évaluations
- Score moyen
- BSR
- Poids et mesures
- Coût FBA

QUE FAIT MA CONCURRENCE ? OUTILS DE VEILLE CONCURRENTIELLE



Outil conçu pour les détaillants, le catalogue de produits fournit toutes les informations nécessaires pour savoir quel produit se vend le mieux.

Product Database

Amazon Marketplace Spain Product Tier Seller

Categories

- Select All
- Bebé
- Belleza
- Bricolaje y herramientas
- Coche y moto
- Deportes y aire libre
- Electrónica
- Equipaje
- Hogar
- Hogar y cocina
- Iluminación
- Industria, empresas y ciencia
- Informática
- Instrumentos musicales
- Jardin

United States Canada Germany Spain France India Italy Mexico United Kingdom

Save Filter Set Load Filter Set

Min Reviews Max Reviews

Min Rating Max Rating

Min Weight Max Weight

Min Sales Max Sales Min Sellers Max Sellers

Min Revenue Max Revenue Min LQS Max LQS

Include Keyword Exclude Keyword

Enter search term... Enter term to exclude...

QUE FAIT MA CONCURRENCE ? OUTILS DE VEILLE CONCURRENTIELLE

JS Jungle Scout

- Position dans les résultats de recherche
- Ajouter au suivi des produits des applications
- Prix actuel dans la boîte d'achat
- Classement des meilleures ventes
- Ventes estimées dans les 30 derniers jours
- Estimation des ventes unitaires quotidiennes
- Revenus estimés dans 30 jours
- Nombre de commentaires
- Classement par étoiles 1-5
- Type de vendeur
- Note de qualité de la liste 1-10

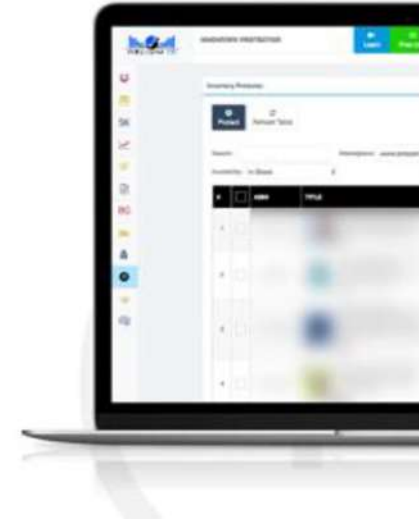
#	Add	Product Name	Brand	Price	Category	Rank	Mo. Sales	D. Sales	Revenue	Reviews	Rating	Seller	LOS
1		Selbstron 3 D'ra Backpack Asalt...	Selbstron	€9.99	Equipa...	#2042	0	0	€0	0	...	FBA	5
2		WARRJ Mochila antirrobos Impermeab...	WARRJ	€6.97	Electrónica	#542	41	1	€120	289	4	FBA	6
3		Overmont 3SL Multifuncional portatil...	Overmont	€9.98	Electrónica	#12,563	3	0	€120	109	4	FBA	7
4		Mochila de Portatil, REYED Mochila...	REYED	€6.99	Equipa...	#67	548	21	€14,343	278	4.5	FBA	7
5		Under Armour UA Hustle Backpack L...	Under Armour	€5.99	Deportes y...	#172	703	24	€18,271	586	4.5	FBM	5
6		WinCret Acolchada Mochila Portatil ...	WinCret	€9.99	Equipa...	#7,298	11	0	€540	14	4.5	FBA	7
7		Thule Crossover - Mochila para port...	Thule	€33.41	Informática	#3,741	0	0	€0	120	4.5	AMZ	5
8		Mi-Tac Military Army Pack M010 L...	Mi-Tac	€9.95	Electrónica	#512	225	12	€8,989	142	4.5	FBA	6
9		Rains Mini Mujer Backpack Negra	Rains	€8.00	Deportes y...	#10,572	11	0	€28	6	5	...	5
10		Thule - Crossover Backpack 32L	Thule	€9.44	Deportes y...	#8,096	62	1	€4,937	78	4.5	FBM	4
11		WARRJ Mochila Antirrobos Impermeab...	WARRJ	€6.58	146	4.5	FBA	7
12		The North Face Borealis, Mochila	The North Face	€8.13	Deportes y...	#9,370	96	3	€6,677	143	4.5	...	5
13		Livoda Mochila de Sordidismo 60L	Livoda	€3.99	Deportes y...	#71	453	20	€19,397	203	4	FBA	7
14		XD Design Bobby - Backpack MochiL...	XD Design	€9.95	Deportes y...	#7,984	108	3	€9,776	40	4	FBM	6
15		Xiaomi Mi City Pósterar Gris Mochila...	Xiaomi	€7.54	Informática	#23,696	0	0	€0	27	5	FBA	4
16		HapiLeap Mochila Escolar Unisex Mo...	HapiLeap	€24.80	Electrónica	#28,820	0	0	€0	138	4.5	FBA	5
17		Mochilaton 30/60L Mochila Militar T...	Mochilaton	€14.98	Deportes y...	#1,407	276	9	€9,654	50	4.5	...	4
18		Awini Backpack, Business Anti-The...	Awini	€30.99	5	5	FBA	7
19		WARRJ Mochila Antirrobos Impermeab...	WARRJ	€7.24	Deportes y...	#4,937	176	4	€12,754	85	5	AMZ	5
20		Herschel Retreat Backpack - MochiL...	Herschel	€76.95	Equipa...	#7,720	74	1	€5,634	41	4	FBM	5
21		Twelve South Thunderbolt BackPack...	Twelve South	€39.99	Informática	#6,487	0	0	€0	34	4	AMZ	6
22		AmazonBasics - Mochila para port...	AmazonBasics	€24.99	Informática	#8,083	0	0	€0	73	4.5	AMZ	6
23		HAPPY Mochila Antirrobos Impermeab...	HAPPY	€16.98	Electrónica	#7,706	0	0	€188.2	16	3.5	FBA	7

QUE FAIT MA CONCURRENCE ? OUTILS DE VEILLE CONCURRENTIELLE



QU'EST-CE QUE L'HÉLIUM 10 ?

- **Helium 10** est un outil logiciel pour les vendeurs Amazon.
- Il contient plus d'une douzaine d'outils qui aident les vendeurs Amazon à trouver des mots-clés, à identifier les tendances, à étudier la concurrence et à optimiser pleinement les listes de produits pour augmenter les ventes de façon exponentielle.





RECHERCHE DE PRODUITS

Découvrez des idées de produits gagnantes et plongez dans ces marchés pour étudier et valider ces idées.



RECHERCHE DE MOTS-CLÉS

Découvrez les mots-clés qui attirent le trafic pour aider à générer plus de trafic vers votre liste.



LANCEMENT DU PRODUIT

Lancer des produits et classer les mots-clés. Déterminez le nombre d'unités que vous devrez vendre pour vous classer pour les mots clés en page 1...



OPTIMISATION DES LISTES

Créez et optimisez rapidement vos listes de produits pour générer des ventes.



SUIVI DES MOTS-CLÉS

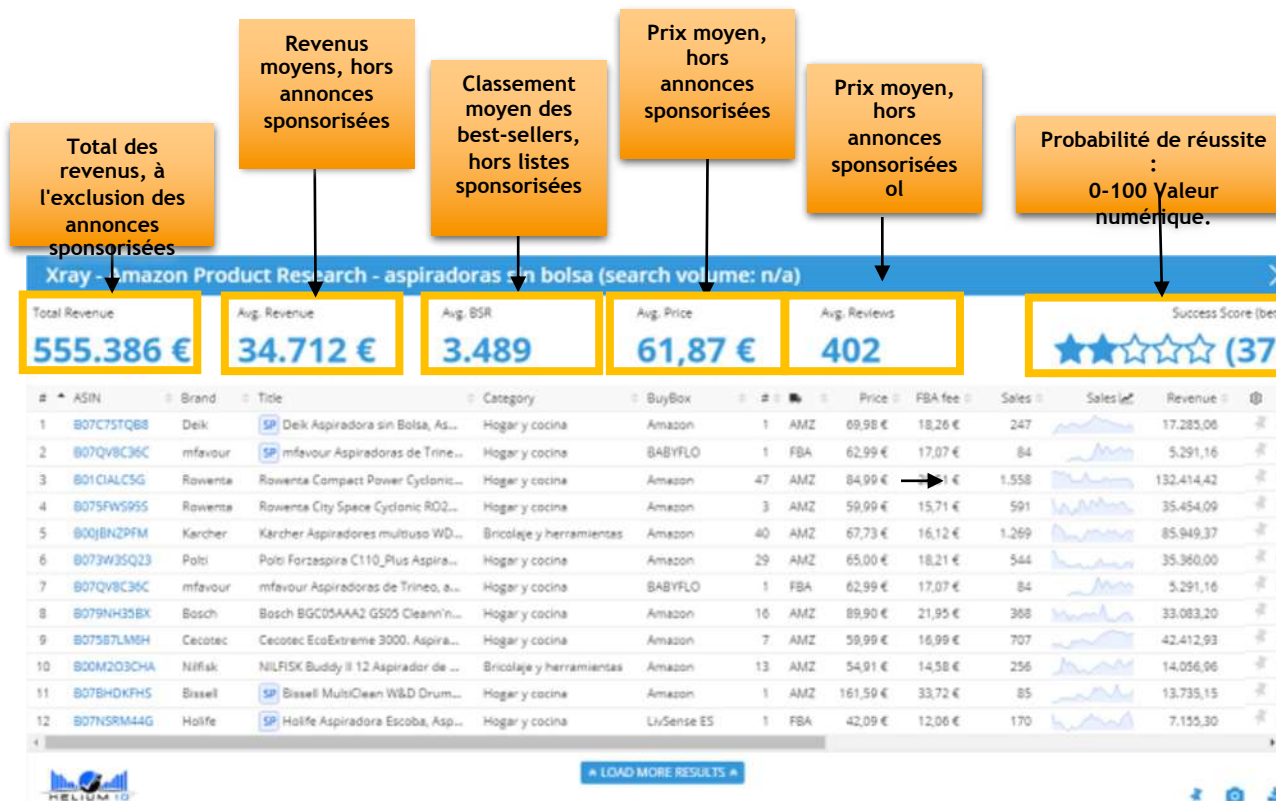
Suivez tous vos mots-clés, y compris votre classement et les badges Amazon.



REMBOURSEMENT

Obtenez un remboursement pour les stocks perdus ou endommagés qu'Amazon n'a pas remboursés.

QUE FAIT MA CONCURRENCE ? OUTILS DE VEILLE CONCURRENTIELLE





TENDANCES BIZ



QU'EST-CE QUE BIZ TRENDS ?

Il s'agit d'un outil essentiel pour l'optimisation des résultats au sein de la plateforme et, surtout, pour la prise de décision.

Il combine la connaissance des ratios de performance de mon profil avec des données sur le secteur et ses principaux concurrents.

Biz Trends est mis à jour régulièrement (quotidiennement, actuellement), de sorte qu'il offre toujours un accès aux informations les plus récentes sur les entreprises et le secteur.





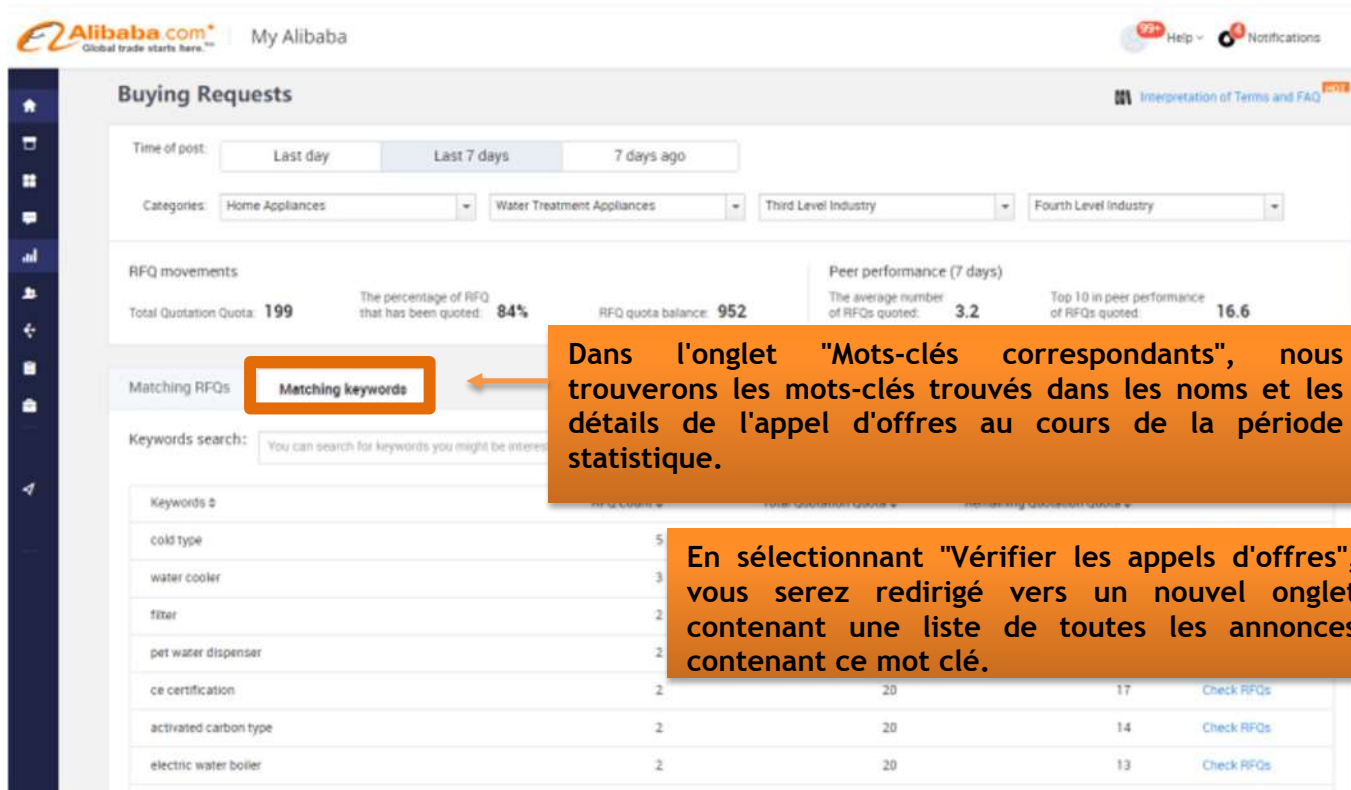
BIZ TRENDS FOR GOLD SUPPLIERS

Il n'est disponible que pour les Fournisseurs d'Or, une adhésion payante pour les fournisseurs sur Alibaba.com.

Il offre des moyens complets de promouvoir vos produits, en maximisant leur exposition et en augmentant le retour sur investissement.

Tier	Target Audience	Product Showcases	Customer Support	Search Ranking	Response to Inquiries	Price (Monthly)	Price (Annually)
BASIC	For New Businesses	5	Standard	Priority	Respond to buyer inquiries & quotes	US \$ 116.58*	billed annually (US \$1399.00)
STANDARD	For Growing Businesses	12	Priority	Priority	Respond to buyer inquiries & quotes	US \$ 249.92*	billed annually (US \$2999.00)
PREMIUM	For Established Businesses	28	Dedicated	Priority	Respond to buyer inquiries & quotes	US \$ 499.92*	billed annually (US \$5999.00)

APPELS D'OFFRES RECOMMANDÉS



Buying Requests

Time of post: Last day Last 7 days 7 days ago

Categories: Home Appliances Water Treatment Appliances Third Level Industry Fourth Level Industry

RFQ movements

Total Quotation Quota: **199** The percentage of RFQ that has been quoted: **84%** RFQ quota balance: **952**

Peer performance (7 days)

The average number of RFQs quoted: **3.2** Top 10 in peer performance of RFQs quoted: **16.6**

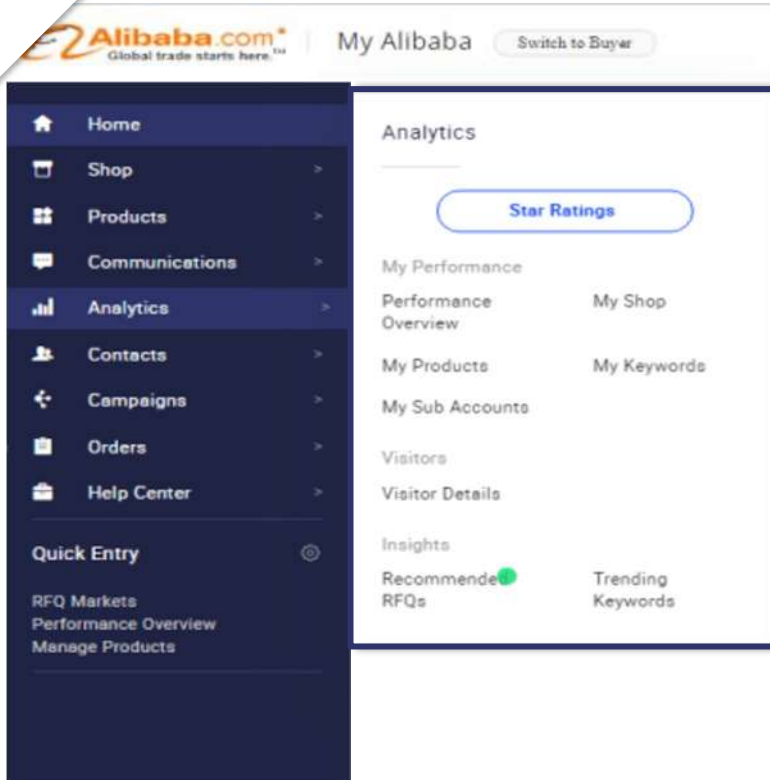
Matching RFQs: **Matching keywords**

Keywords search: You can search for keywords you might be interested in

Keywords #	RFQ count	Total quotation quota	Remaining quotation quota	
cold type	5			
water cooler	3			
filter	2			
pet water dispenser	2			
ce certification	2	20	17	Check RFQs
activated carbon type	2	20	14	Check RFQs
electric water boiler	2	20	13	Check RFQs

Dans l'onglet "Mots-clés correspondants", nous trouverons les mots-clés trouvés dans les noms et les détails de l'appel d'offres au cours de la période statistique.

En sélectionnant "Vérifier les appels d'offres", vous serez redirigé vers un nouvel onglet contenant une liste de toutes les annonces contenant ce mot clé.



MOTS-CLÉS TRENDS

Alibaba.com Global trade starts here.™ My Alibaba 99+ Help 4 Notifications

Hot Keywords

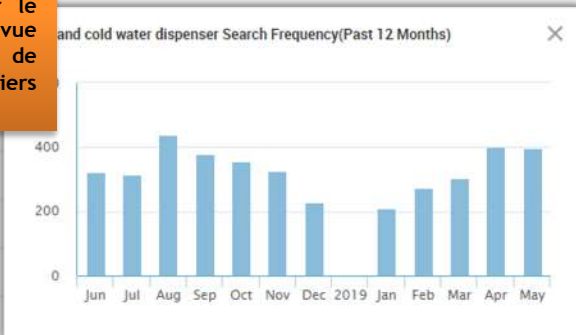
Notice: The keywords information listed are based on the search results. Listings are in compliance with the policies. View

water dispenser

The data are updated on every 3th day of the month before 9:00am (PST)

Keywords	Supplier Competition	Showcased Products	Search Frequency	Search Frequency (Past 12 Months)
water dispenser	708	239	2190	
water dispenser parts				
dispenser water				
cold water dispenser				
hot and cold water dispenser				
water dispenser machine				
water dispenser electric				
drinking water dispenser				
water dispenser pump	102	11	342	

and cold water dispenser Search Frequency(Past 12 Months)



Nombre de fournisseurs d'or correspondant au résultat de la recherche pour le mot clé et les mots clés connexes sur Alibaba.com

Nombre de produits affichés qui correspondent au résultat de la recherche pour le mot clé et ses mots clés sur Alibaba.com

Fréquence de recherche des mots-clés et mots-clés associés sur Alibaba.com.

Nous pouvons sélectionner le graphique et obtenir une vue amplifiée de la fréquence de recherche pour les 12 derniers mois.

Alibaba.com™ | My Alibaba Help ▾ Notifications

Hot Keywords

Notice: The keywords information listed are based on the data from Alibaba.com. Please refer to the [product listing policies](#) and make sure all information in your listings are in compliance with the policies. View the [brand list](#).

water dispenser Search The data are updated on every 3th day of the month before 9:00hrs (PST)

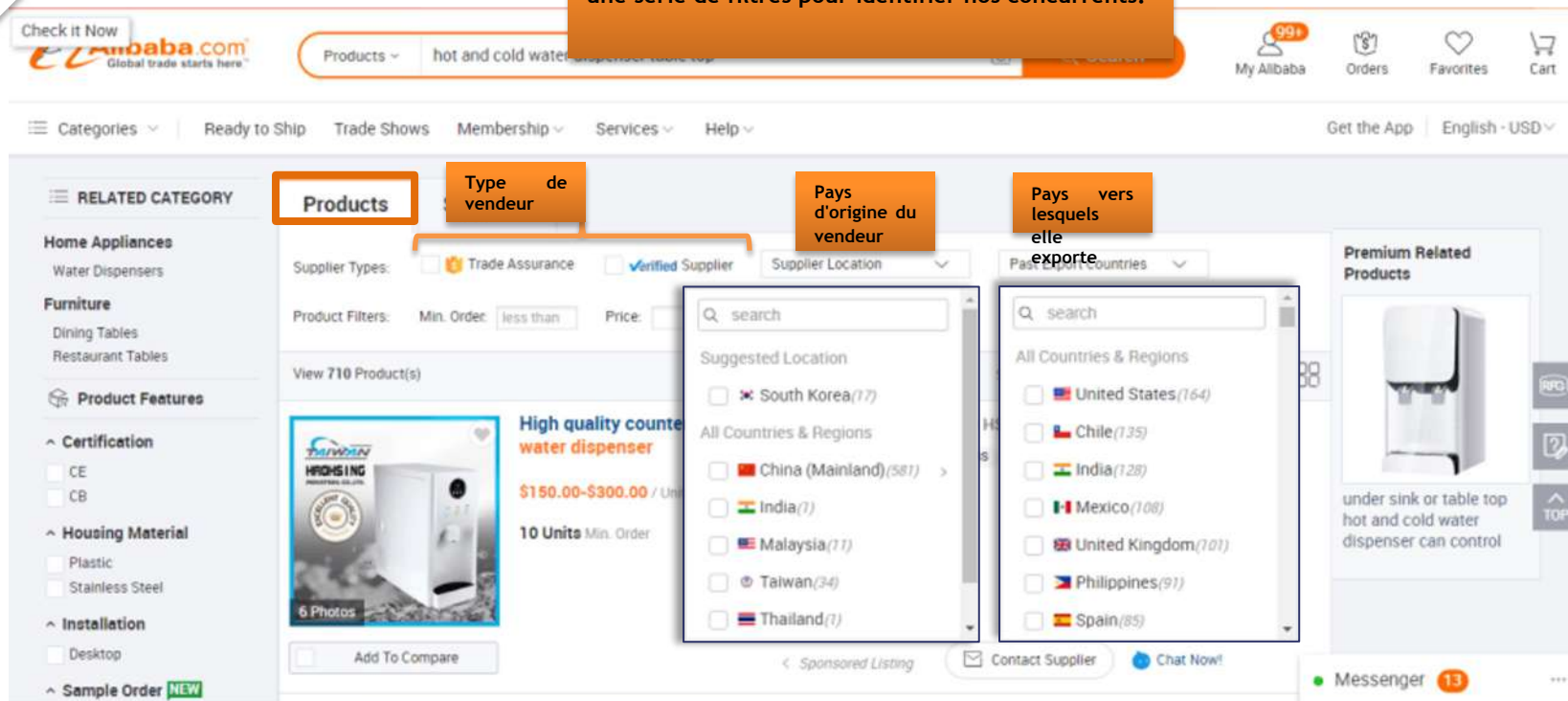
Keywords	Supplier Competition	Showcased Products	Search Frequency	Search Frequency (Past 12 Months)
water dispenser	708	239	2190	
water dispenser parts	80	7	1372	
dispenser water	78	7	646	
cold water dispenser	175	24	485	
hot and cold water dispenser	280	88	399	
water dispenser machine	150	20	355	
water dispenser electric	14	1	352	
drinking water dispenser	123	15	346	
water dispenser pump	102	11	342	

Puisque nous disposons de la liste des mots-clés et que nous avons des données sur les vendeurs et les produits répertoriés sous chaque mot, une façon de tirer parti de la liste est d'extraire ces mots-clés connexes et d'effectuer une recherche directement sur Alibaba.com par mot.



The screenshot shows the Alibaba.com homepage with a prominent orange 'Mid-Year Sale' banner at the top. Below the banner is a navigation bar with the Alibaba.com logo, a search bar containing 'hot and cold water dispenser', and user account options like 'My Alibaba', 'Orders', 'Favorites', and 'Cart'. A secondary navigation bar includes 'Categories', 'Ready to Ship', 'Trade Shows', 'Membership', 'Services', and 'Help'. The main content area features a large promotional banner for 'Get more than 30% off' on 'ready to ship' items, with a 'Source now' button. To the left is a 'MY MARKETS' sidebar with various product categories. To the right are three smaller promotional sections: 'New arrivals', 'Top-ranked products', and 'Deals from 30% off', each with a 'Source Now' button and a product image.

Dans la liste des résultats, nous pourrons appliquer une série de filtres pour identifier nos concurrents.

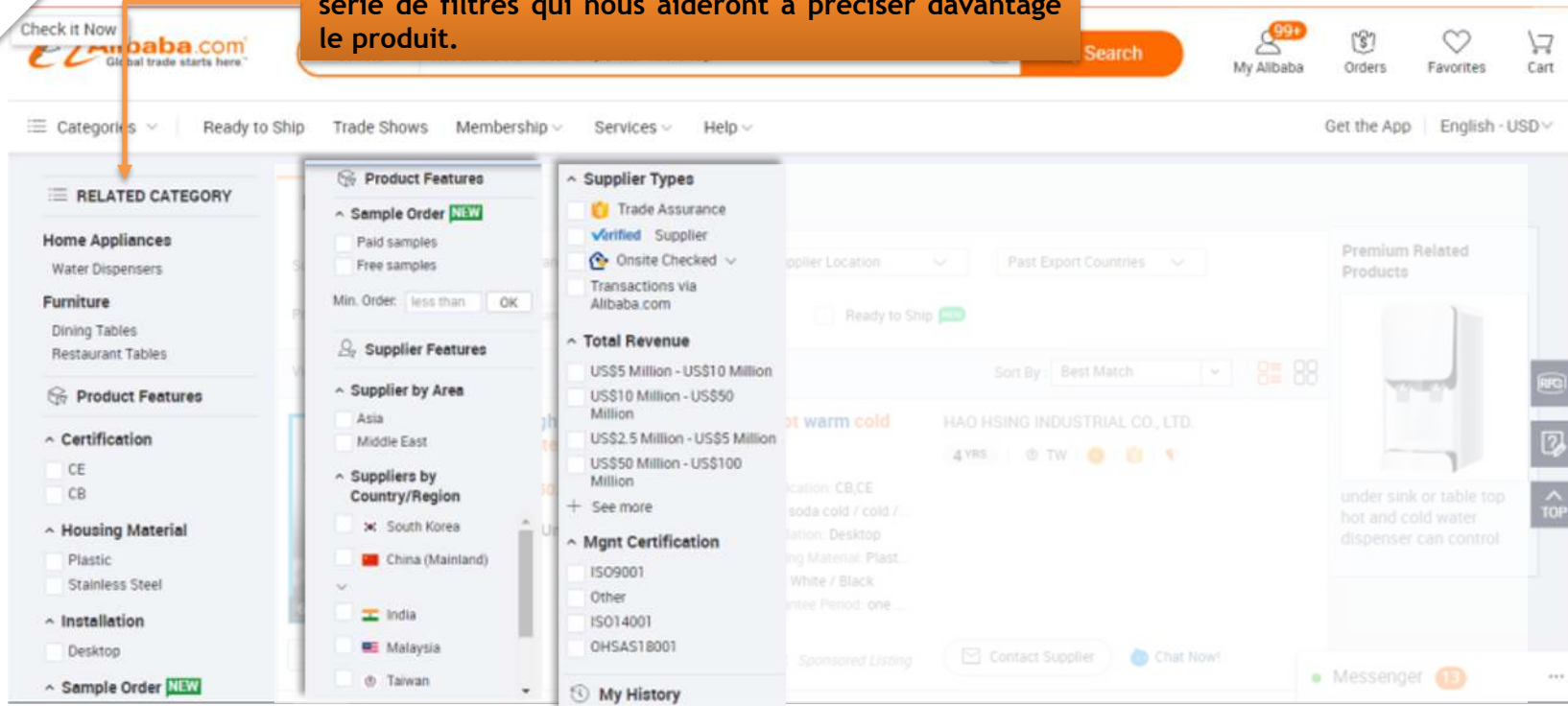


The screenshot shows the Alibaba.com search results page for 'hot and cold water dispenser'. Several filters are highlighted with orange boxes and labels:

- Products**: The main category filter.
- Type de vendeur**: Supplier Types, including Trade Assurance and Verified Supplier.
- Pays d'origine du vendeur**: Supplier Location, with a dropdown menu showing suggested locations like South Korea (17), China (Mainland) (581), India (7), Malaysia (77), Taiwan (34), and Thailand (7).
- Pays vers lesquels elle exporte**: Past Export Countries, with a dropdown menu showing all countries and regions like United States (164), Chile (135), India (128), Mexico (108), United Kingdom (701), Philippines (91), and Spain (85).

The main product listing is for a 'High quality counter water dispenser' priced at \$150.00-\$300.00, with a minimum order of 10 units. The product image shows a white dispenser with a digital display and a water tap.

Dans la colonne de gauche, nous pouvons appliquer une série de filtres qui nous aideront à préciser davantage le produit.



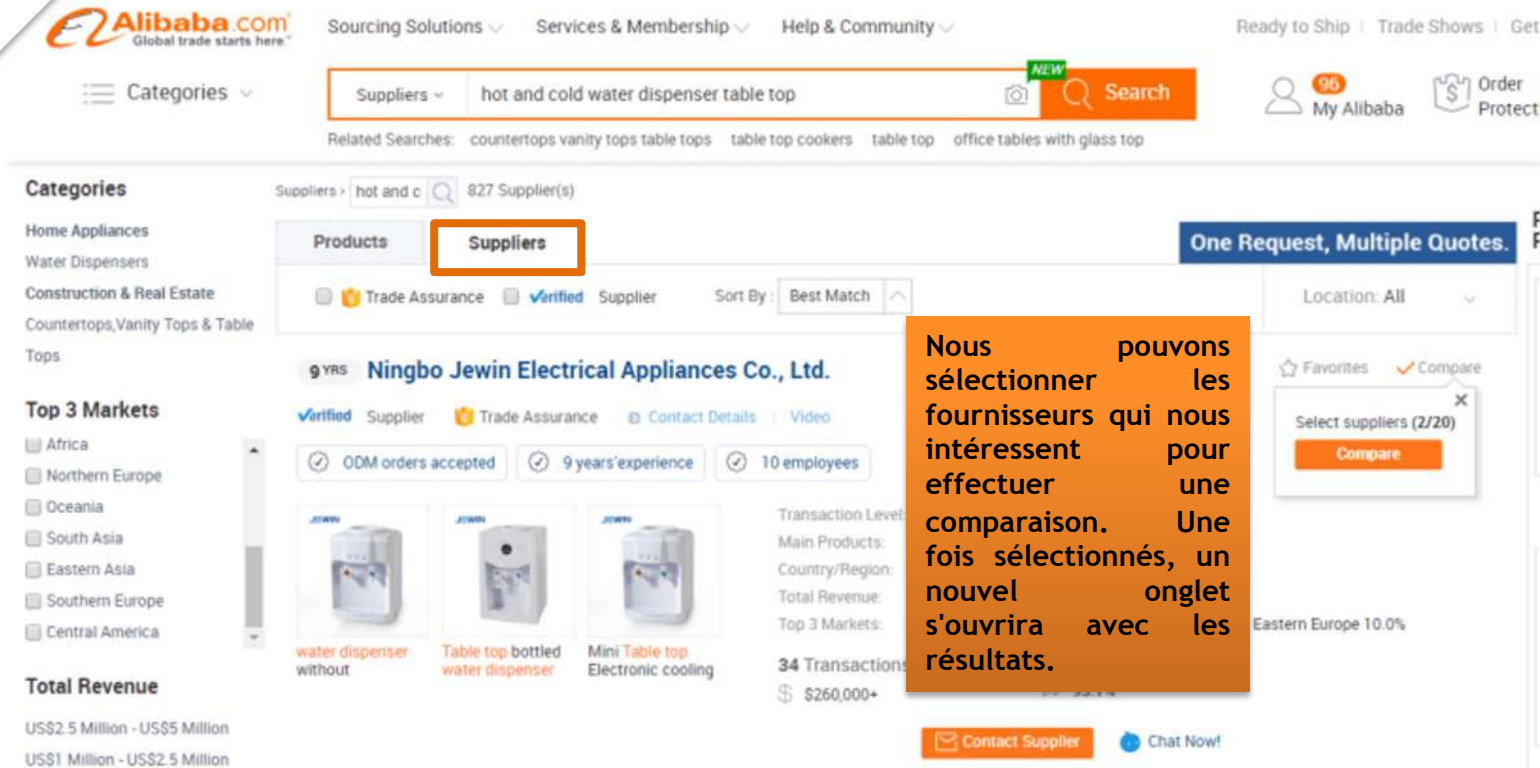
The screenshot shows the Alibaba.com B2B search interface. On the left, a sidebar contains a 'RELATED CATEGORY' section with 'Home Appliances' and 'Furniture'. Below this are several filter panels:

- Product Features:** Includes 'Sample Order' (NEW), 'Paid samples', and 'Free samples'.
- Supplier Features:** Includes 'Supplier by Area' (Asia, Middle East) and 'Suppliers by Country/Region' (South Korea, China (Mainland), India, Malaysia, Taiwan).
- Certification:** Includes 'CE' and 'CB'.
- Housing Material:** Includes 'Plastic' and 'Stainless Steel'.
- Installation:** Includes 'Desktop'.
- Sample Order:** (NEW)

Other filter panels visible include:

- Supplier Types:** Includes 'Trade Assurance', 'Verified Supplier', 'Onsite Checked', and 'Transactions via Alibaba.com'.
- Total Revenue:** Includes ranges like 'US\$5 Million - US\$10 Million'.
- Mgmt Certification:** Includes 'ISO9001', 'Other', 'ISO14001', and 'OHSAS18001'.

The main search results area shows a product listing for 'HAO HSING INDUSTRIAL CO., LTD.' with details like '4 YRS', 'TW', and 'Sponsored Listing'. The interface also includes a search bar, navigation tabs (Categories, Ready to Ship, Trade Shows, Membership, Services, Help), and user account options (My Alibaba, Orders, Favorites, Cart).

Sourcing Solutions | Services & Membership | Help & Community | Ready to Ship | Trade Shows | Get

Categories | Suppliers | hot and cold water dispenser table top | Search

Related Searches: countertops vanity tops table tops | table top cookers | table top | office tables with glass top

Categories
 Home Appliances
 Water Dispensers
 Construction & Real Estate
 Countertops, Vanity Tops & Table Tops

Top 3 Markets
 Africa
 Northern Europe
 Oceania
 South Asia
 Eastern Asia
 Southern Europe
 Central America

Total Revenue
 US\$2.5 Million - US\$5 Million
 US\$1 Million - US\$2.5 Million

Suppliers | hot and c | 827 Supplier(s)

Products | **Suppliers** | One Request, Multiple Quotes.

Trade Assurance | Verified Supplier | Sort By: Best Match

9 YRS **Ningbo Jewin Electrical Appliances Co., Ltd.**
 Verified Supplier | Trade Assurance | Contact Details | Video

ODM orders accepted | 9 years' experience | 10 employees

Transaction Level:
 Main Products:
 Country/Region:
 Total Revenue:
 Top 3 Markets:
 34 Transactions
 \$260,000+

Location: All
 Favorites | Compare
 Select suppliers (2/20)
 Compare

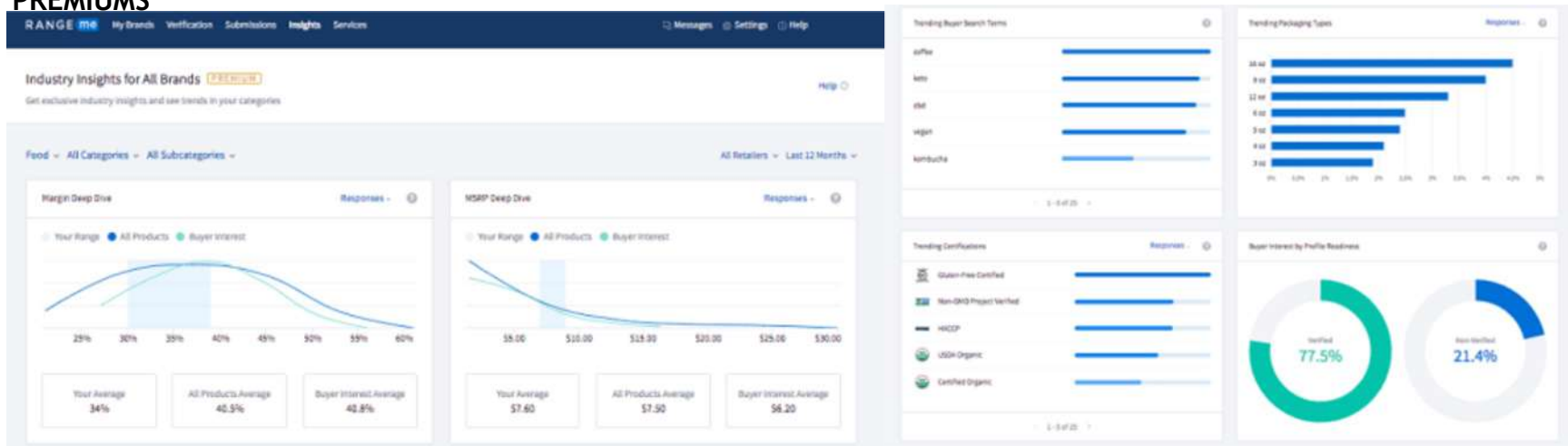
Eastern Europe 10.0%

Contact Supplier | Chat Now

Nous pouvons sélectionner les fournisseurs qui nous intéressent pour effectuer une comparaison. Une fois sélectionnés, un nouvel onglet s'ouvrira avec les résultats.

RANGE.me

COMMENT RANGEME MONTRE LES DONNÉES DU SECTEUR À SES CLIENTS PREMIUMS



D'AUTRES PLATEFORMES D'ANALYSE SUR LES PRINCIPALES PLACES DE MARCHÉ B2B ET B2C : RANGE.ME, TRIDGE, ETC.



TRIDGE FOURNIT UNE BASE DE DONNÉES À SES CLIENTS AVEC :

- Prix du marché de gros en temps réel
- Volume de production
- Tendence de la production mondiale
- Analyse de la production par pays
- Liste de fournisseurs dans diverses industries

