

**E5 - BTS Services Informatiques aux Organisations (SIO)
parcours SISR**

**C11 – RÉFÉRENCEMENT DES SERVICES EN LIGNE DE
L'ORGANISATION ET MESURE DE LEUR VISIBILITÉ**

Présenté par:

MECHRAFI-LACROIX Steven

Année académique : 2024/2026

Objectifs du document

Ce document a pour objectif de présenter le **référencement des services en ligne de l'organisation et la mesure de leur visibilité**. Il décrit la mise en place d'un outil de mesure d'audience permettant de suivre la fréquentation et le comportement des visiteurs sur le site vitrine.

Il aborde le volet suivant :

1. **Mettre en place Google Analytics** sur le site vitrine afin de mesurer la visibilité et l'audience.
-

Référencement et mesure de la visibilité

Le **référencement** vise à rendre les services en ligne de l'organisation visibles et accessibles, notamment via les moteurs de recherche. Pour évaluer l'efficacité de cette visibilité, il est indispensable de **mesurer l'audience** du site : nombre de visiteurs, provenance, comportement, appareils utilisés.

Cette mesure permet de :

- vérifier que le site attire des visiteurs ;
 - comprendre comment les utilisateurs y accèdent et naviguent ;
 - ajuster la stratégie de référencement et de communication en fonction des résultats.
-

Mettre en place Google Analytics sur le site vitrine

Google Analytics est un outil gratuit de mesure d'audience web. Il permet de suivre en détail la fréquentation d'un site et fournit des statistiques exploitables pour piloter la visibilité en ligne.

Étapes de mise en place

1. **Créer un compte Google Analytics** et une **propriété** correspondant au site vitrine.
2. **Configurer un flux de données** (web) en renseignant l'URL du site.
3. **Récupérer le code de suivi** (identifiant de mesure) fourni par Google Analytics.
4. **Intégrer le code de suivi** dans les pages du site (dans la section <head> ou via un gestionnaire de balises).
5. **Vérifier la collecte** : contrôler dans l'aperçu en temps réel que les visites sont bien enregistrées.

Indicateurs suivis

Une fois en place, Google Analytics fournit de nombreux indicateurs, parmi lesquels :

- le nombre d'**utilisateurs actifs** et de **sessions** ;
- les **sessions avec engagement** ;
- la répartition par **plate-forme** (web, mobile) et par **catégorie d'appareil** (desktop, mobile) ;
- l'évolution de l'audience dans le temps et la provenance des visiteurs.

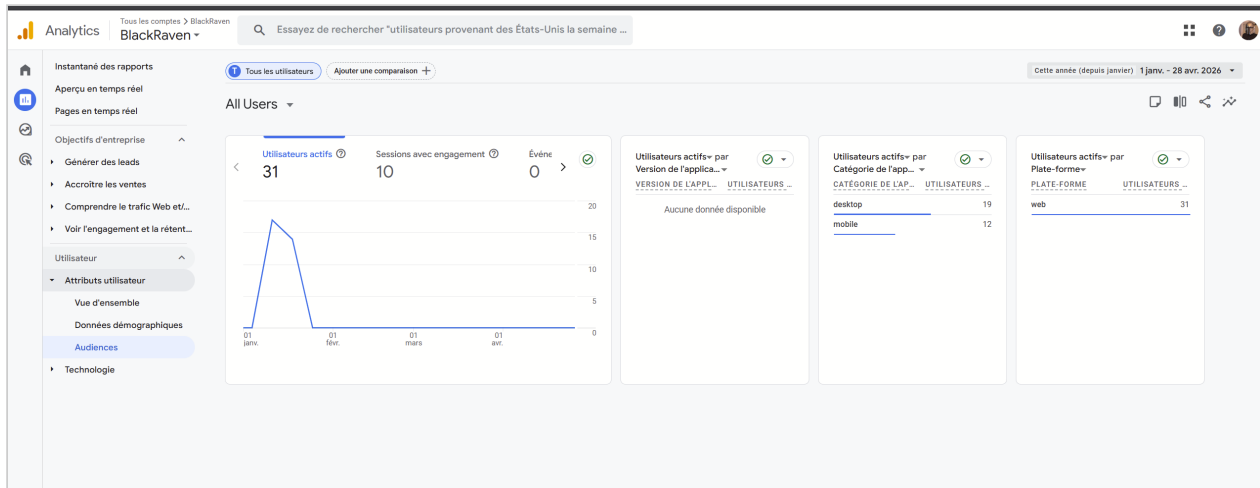


Tableau de bord Google Analytics : utilisateurs actifs, sessions avec engagement, répartition par plate-forme et par catégorie d'appareil.

Exploitation des données

L'analyse de ces indicateurs permet de **mesurer la visibilité** des services en ligne et d'orienter les actions :

- identifier les périodes de forte ou faible fréquentation ;
- adapter le contenu et le référencement selon les appareils majoritairement utilisés ;
- évaluer l'impact des actions de communication (par exemple un post sur les réseaux sociaux) sur l'audience du site.

Synthèse

La mesure de la visibilité des services en ligne repose sur la mise en place d'un outil d'**analyse d'audience** comme **Google Analytics**. En suivant des indicateurs clés (utilisateurs, sessions, plate-formes, appareils), l'organisation peut **évaluer l'efficacité de son référencement** et de sa communication numérique, puis ajuster sa stratégie pour améliorer sa visibilité en ligne.