

Google présente la v2 de son outil d'analyse

Le géant américain de la recherche a refondu l'interface de son outil d'analyse et a optimisé ses fonctionnalités avec de nouveaux rapports envoyés par mail, des tableaux de bord personnalisables, l'affichage de cartes optimisées et simplification du langage employé pour rendre les informations importantes plus visibles et accessibles.

D'après le responsable de [Google Analytics](#), Alan Boydell : *» Google Analytics existe depuis deux ans, depuis nous avons mené un travail de feed-back auprès des utilisateurs de ce service pour déterminer les améliorations à y apporter. La première version était orientée très professionnelle elle utilisait le jargon des analystes. Afin d'éviter cet encombrement des informations, notre objectif pour cette deuxième version a été de la rendre plus accessible, plus simple à décrypter. Précision importante, nous utilisons un cookie de first party est non de third party. Sa spécificité est d'être fermé est donc moins intrusif, par conséquent il a moins de chance d'être bloqué par les internautes. »*

Dans cette nouvelle version, les données sont concentrées dans différentes combinaisons de rapports permettant aux utilisateurs de prendre des décisions sur la gestion du site et les campagnes Google AdWords. Et là un premier problème saute aux yeux, puisque finalement le responsable d'un site va payer Google pour des liens sponsorisés et c'est ce même Google qui va lui fournir l'outil lui permettant de savoir si cela a été utile. C'est un peu comme se rendre au restaurant, commander un plat, et demander au patron si la cuisine du chef cuisinier est bonne...

À l'instar de son concurrent XiTi, la v2 de Google Analytics présente une multitude de données dans différentes combinaisons de rapport permettant aux utilisateurs de prendre des décisions sur la gestion du site et sur les campagnes AdWords. L'outil d'analyse effectue le suivi de l'efficacité des campagnes de marketing en ligne par exemple les campagnes de display ou de publicité au CPC et crée des rapports envoyés par mail, programmables et distribuables. Notons une nouvelle fonction, la possibilité de créer un fichier PDF qui conserve les attributs graphiques de Google Analytics.

Signalons que les utilisateurs auront encore accès à l'ancienne version pendant une durée minimum de 30 jours afin d'assurer une transition vers la v2 plus en douceur. Enfin, rappelons que Google Analytics est un service gratuit et que dans la clause d'engagement, l'américain s'engage sur le respect de la confidentialité des données traitées.