

Comment mieux utiliser Google Analytics avec les expressions régulières

[Retour au sommaire de la lettre](#)

| | | |
|------------------|-----------|----------------------|
| Domaine : | Recherche | Référencement |
| Niveau : | Pour tous | Avancé |

Mettre en place un outil de mesure d'audience comme Google Analytics, c'est bien. Mesurer finement les résultats renvoyés par cet outil, c'est encore mieux !! Ainsi, l'utilisation appropriée des "expressions régulières" ou "expressions rationnelles" va vous permettre de mettre en place des filtres extrêmement fins afin de mieux comprendre comment les internautes sont arrivés sur votre site... Cette analyse vous permettra de faire un "sourcing" de qualité et d'augmenter le retour sur investissement de votre source d'information au travers d'une meilleure conversion de vos visites...

Une "expression régulière" ou "expression rationnelle" est une commande qui fonctionne comme un motif et qui va nous permettre d'extraire des chaînes de caractères remplissant une série de conditions. Par exemple, "Toutes les adresses URL qui contiennent le mot-clé [Tee-shirts](#)" ou "Tous les mots-clés qui mentionnent la totalité ou une partie de mon nom de domaine". Une expression rationnelle peut aussi être appelée une "Regex".

Bien entendu, les expressions régulières sont utilisées dans tous les langages informatiques, mais elles sont aussi un outil indispensable pour ceux qui veulent optimiser leur application de "Web Analytics". L'objet de cet article est de mieux comprendre en quoi les expressions régulières vont considérablement améliorer notre utilisation de Google Analytics.

Google Analytics

Il existe quatre manières d'utiliser les expressions régulières avec Google Analytics :

- Avec les **filtres** : sur l'interface d'administration de Google Analytics, cliquez sur *Gestionnaire de filtres* puis *Ajouter un filtre* ;

Gestionnaire de filtres
 Les filtres vous permettent de manipuler les données arrivant sur votre compte. Vous pouvez filtrer des adresses IP spécifiques, inclure le trafic d'un sous-domaine ou d'un sous-répertoire uniquement ou créer des filtres personnalisés pour des besoins plus précis. [En savoir plus](#).

| Filtres existants | | + Ajouter un filtre | | |
|-----------------------------|----------------|---------------------|------------|--|
| << Préc. 1 - 5 / 5 Suiv. >> | | Afficher 10 | Rechercher | |
| Nom du filtre | Type de filtre | Paramètres | Supprimer | |
| 1. Autres pages | Avancé | Modifier | Supprimer | |
| 2. Google Images | Inclure | Modifier | Supprimer | |
| 3. Ranking NewURL 1 | Inclure | Modifier | Supprimer | |
| 4. Ranking New URL 2 | Avancé | Modifier | Supprimer | |
| 5. URL complète | Avancé | Modifier | Supprimer | |

- Avec les **champs de filtrage** : développez une des dimensions visibles sur la gauche (*Visiteurs, Sources de trafic, etc.*) puis servez-vous du champ de filtrage visible en-dessous ou cliquez sur *Filtre avancé* ;

Filtre Mot clé : contenant OK [Filtre avancé](#)
 Accéder à : 1 Afficher les lignes : 10 De 1 à 10 sur 7 411

- Avec les **segments avancés** : cliquez sur *Toutes les visites* puis sur *Créer un segment avancé* ;

Exporter | E-mail | Ajouter au tableau de bord | Visualiser | Segments avancés : Toutes les visites

Segments avancés

Sélectionnez jusqu'à quatre segments qui serviront à filtrer votre rapport.

[Créer un segment avancé](#)
[Gérer les segments avancés](#)

Segments par défaut :

- Toutes les visites
- Nouveaux visiteurs
- Visiteurs connus
- Trafic de recherche rémunéré
- Trafic de recherche non rémunéré
- Trafic de recherche
- Accès directs
- Accès par référencement

Segments personnalisés

- SearchWiki
- Actualités
- Trafic mobile
- Trafic des blogs, forums ou réseaux sociaux
- Trafic des mails
- Trafic de notoriété
- Trafic de Google Images
- Recherche universelle
- Engagement des

- Avec les **tunnels de conversion** : cliquez sur le lien *Modifier* visible à droite de l'indication du profil voulu puis sur *Ajouter un objectif*.

Objectifs

Créez jusqu'à 20 objectifs de conversion pour ce profil. [En savoir plus.](#)

| | |
|-------------------------------|---|
| Objectifs (ensemble 1) | + Ajouter un objectif (Objectifs disponibles : 3) |
| Temps passé sur le site | Modifier |
| Pages/visites | Modifier |
| Objectifs (ensemble 2) | + Ajouter un objectif (Objectifs disponibles : 5) |
| Objectifs (ensemble 3) | + Ajouter un objectif (Objectifs disponibles : 5) |
| Objectifs (ensemble 4) | + Ajouter un objectif (Objectifs disponibles : 5) |

En bref, les champs d'application sont larges ! Nous allons voir, dans un premier temps, quelles sont les syntaxes qui sont permises avec Google Analytics.

Deux types d'expressions rationnelles sont possibles :

- Posix : langage utilisé, notamment, en PHP ;
- PCRE : ces expressions régulières appartiennent à un autre langage ("Perl"). Bien que leur maniement soit plus complexe, ce type d'expressions est beaucoup plus rapide.

Google Analytics repose sur le standard Posix.

Les opérateurs

. : n'importe quel caractère unique. Tr.c correspond à truc, trac, troc, tric.

n* : zéro ou plus d'occurrences de n (0, 1, 2, ... exemplaire(s) de n). **a+** correspond à a, aa, aaa, aaaa, etc., soit 0 ou plus.

.* : zéro ou plus d'occurrences d'un caractère unique.

n? : zéro ou seulement 1 occurrence de n. **a?** correspond à "rien" à "a". **labo?r** correspond à **labor** ou à **labr** mais pas à **labour**.

n+ : au moins une occurrence ou plus de n (1, 2, 3, ... exemplaire(s) de n), soit 1 ou plus.

Ste+ve correspond à **Steeve** ou à **Steve**.

^ : début de la ligne. Par exemple, tous les mots-clés qui commencent pas le terme "icône" :

^icône. **^car** va correspondre à "**carpette**", "**carton**" et "**cartographie**" mais pas à "**escarpin**" ou "**escarpolette**".

\$: fin de la ligne. Tous les mots-clés qui se terminent par noel : **noel\$**. **chute\$** va correspondre à "**parachute**", "**chute**" mais pas à "**chuter**", "**chuchotement**" ou "**chute de cheval**". **^\$** ne va correspondre qu'aux chaînes vides.

n{2} : deux occurrences de n.

n{2,} : au moins deux ou plus occurrences de n.

n{2,4} : de 2 à 4 occurrences de n. **e{3,4}e** correspond à "**eMule**" mais pas à "**elle**" ou à "**enceinte**".

() : permet de grouper une expression.

(a|b) : a ou b. Le OU logique permet de définir des alternatives. **Sophi(e|a)ne?** : correspondra à **Sophien**, **Sophian** ou **Sophiane**. **Grand-(père|mère)** correspondra à **grand-père** ou à **grand-mère**.

[az] : correspond à un des éléments mentionnés dans une liste. **[abc]** ne va correspondre qu'à "a", "b" ou "c".

[0-9] : intervalle de caractères, soit, dans cet exemple, n'importe quel chiffre ou nombre. **[a-z0-9]** correspondra à n'importe quelle lettre, chiffre ou nombre. L'opérateur **-** permet donc de créer une chaîne à l'intérieur d'une liste.

[a-c] : n'importe quelle lettre minuscule comprise entre a et c. **[a-dx-z]** correspond à **a**, **b**, **c**, **d**, **x**, **y** ou **z**. De cette façon, nous définissons une classe de caractères qui correspondra à un ensemble défini de caractères.

[A-C] : n'importe quelle lettre majuscule comprise entre A et C.

[^n] : n'importe quel caractère différent de n. Cette solution ne fonctionne pas avec Google Analytics. Vous devez utiliser la condition **Exclure**.

Bien entendu, vous pouvez cumuler des expressions groupées. Par exemple, l'expression **((arri.re)*grand)?((p.|m.)re)** correspond à **père**, **mere**, **grand père**, **grand-père**, **arrière grand-mère**, etc.

A ce niveau de l'article, peut-être aurez-vous besoin d'une aspirine... :-)
Rassurez-vous, c'est loin d'être terminé ;-))

Quelques règles à observer

En pratique, Google Analytics ne fait pas de différence entre les minuscules et les majuscules. Accédez au rapport **Sources de trafic - Mots-clés** puis, dans le champ **Filtre Mot clé**, saisissez cette expression : **[A-Z]** (tout caractère en majuscules), le total des mots-clés trouvé ne changera pas.

Par ailleurs, si nous souhaitons afficher tous les mots-clés qui correspondent à "icône" et à ses variantes (icône, icônes), cette expression suffira : **icô**. En d'autres termes, il nous suffira de saisir le nombre minimum de caractères qui rende unique le mot-clé recherché.

| Fréquentation du site | | Ensemble d'objectifs 1 | | Revenus AdSense | | Type d'affichage : | |
|--|--|--|---|--|--------------------------|--------------------|--|
| Visites 74 Total du site (en %) : 0,31 % | Pages par visite 2,39 Moyenne du site : 1,56 (52,87 %) | Temps moyen passé sur le site 00:02:38 Moyenne du site : 00:01:05 (142,72 %) | Nouvelles visites (en %) 90,54 % Moyenne du site : 85,68 % (5,67 %) | Taux de rebond 67,57 % Moyenne du site : 72,18 % (-6,39 %) | | | |
| Mot clé | Aucun | Visites ↓ | Pages par visite | Temps moyen passé sur le site | Nouvelles visites (en %) | Taux de rebond | |
| 1. icônes gratuites | | 30 | 2,27 | 00:02:02 | 100,00 % | 70,00 % | |
| 2. icônes libres de droit | | 3 | 8,33 | 00:11:53 | 66,67 % | 33,33 % | |
| 3. google icônes marqueurs | | 2 | 1,50 | 00:00:06 | 50,00 % | 50,00 % | |
| 4. icône google | | 2 | 1,00 | 00:00:00 | 100,00 % | 100,00 % | |
| 5. icône libre de droit | | 2 | 1,00 | 00:00:00 | 0,00 % | 100,00 % | |
| 6. icônes google map | | 2 | 2,50 | 00:00:11 | 100,00 % | 50,00 % | |
| 7. banque d'icône iphone | | 1 | 2,00 | 00:00:12 | 100,00 % | 0,00 % | |
| 8. bibliothèque d'icônes | | 1 | 1,00 | 00:00:00 | 100,00 % | 100,00 % | |
| 9. bibliothèques icônes libres | | 1 | 1,00 | 00:00:00 | 100,00 % | 100,00 % | |
| 10. changer l'icône pour une bibliothèque | | 1 | 1,00 | 00:00:00 | 100,00 % | 100,00 % | |

Filtre Mot clé : contenant icô OK Filtre avancé
Accéder à 1 Afficher les lignes : 10 De 1 à 10 sur 40

Nous avons vu que certains caractères possèdent une signification spéciale. Si, par exemple, votre expression contient un point (.html) pour toutes les expressions qui contiennent cette

extension), vous devrez l'écrire de cette façon : `\.html`. En bref, l'échappement d'un caractère s'effectue en ajoutant au début du caractère une barre oblique inverse (`\`).

Dans le cas contraire, Les mots-clés filtrés seront de ce type : "formulaire en html avec lien" et non de celui-ci : "related:contenu-gratuit.com/article904.html".

| Fréquentation du site | | Ensemble d'objectifs 1 | | Revenus AdSense | | Type d'affichage : | | |
|---|---|--|---|---|--------------------------|--------------------|--|--|
| Visites 13 Total du site (en %) : 0,06 % | Pages par visite 1,85 Moyenne du site : 1,56 (17,99 %) | Temps moyen passé sur le site 00:00:53 Moyenne du site : 00:01:05 (-18,23 %) | Nouvelles visites (en %) 92,31 % Moyenne du site : 85,68 % (7,73 %) | Taux de rebond 53,85 % Moyenne du site : 72,18 % (-25,40 %) | | | | |
| Mot clé : <input type="text" value="Aucun"/> | | Visites ↓ | Pages par visite | Temps moyen passé sur le site | Nouvelles visites (en %) | Taux de rebond | | |
| 1. | http://googlexxl.blogspot.com/2007/07/convertir-... | 2 | 2,50 | 00:03:14 | 50,00 % | 50,00 % | | |
| 2. | canvas.html google friend | 1 | 1,00 | 00:00:00 | 100,00 % | 100,00 % | | |
| 3. | http://googlexxl.blogspot.com/2007/07/un-fichier... | 1 | 1,00 | 00:00:00 | 100,00 % | 100,00 % | | |
| 4. | http://www.xente.mundo-r.com/dokoto/index.html | 1 | 1,00 | 00:00:00 | 100,00 % | 100,00 % | | |
| 5. | related:contenu-gratuit.com/article904.html cada... | 1 | 3,00 | 00:02:24 | 100,00 % | 0,00 % | | |
| 6. | related:googlexxl.blogspot.com/2008/11/videos-... | 1 | 2,00 | 00:00:09 | 100,00 % | 0,00 % | | |
| 7. | related:www.infos-du-net.com/actualite/14451-s-... | 1 | 2,00 | 00:00:08 | 100,00 % | 0,00 % | | |
| 8. | related:www.kewego.fr/video/ilyrooafmsbi.html xx... | 1 | 1,00 | 00:00:00 | 100,00 % | 100,00 % | | |
| 9. | related:www.koreus.com/video/femme-xxl.html vi... | 1 | 1,00 | 00:00:00 | 100,00 % | 100,00 % | | |
| 10. | related:www.memoclic.com/1579-service-en-lign... | 1 | 3,00 | 00:01:56 | 100,00 % | 0,00 % | | |
| Filtre Mot clé : <input type="text" value="contenant"/> <input type="text" value="\.html"/> | | OK | | Filtre avancé | | | | |
| Accéder à : <input type="text" value="1"/> | | Afficher les lignes : <input type="text" value="10"/> | | De 1 à 10 sur 13 | | | | |

Si votre expression n'est pas comprise ou que vous avez fait une erreur de syntaxe, ce message d'avertissement sera visible : *"Le texte du filtre n'est pas une expression rationnelle correcte. Qu'est-ce qu'une expression rationnelle ?"*

Un espace est interprété comme un espace. De fait, si vous souhaitez chercher le terme "google xxl" dans votre rapport sur les mots-clés, il vous suffit de le saisir tel quel. Les variantes comme "googlexxl" ne seront pas affichées.

Les abréviations de classes de caractères

En plus des caractères littéraux, certaines abréviations sont définies :

- `\d` : correspond à un chiffre. Équivaut à `[0-9]`.
- `\D` : correspond à un caractère autre qu'un chiffre. Équivaut à `[^\d]`.
- `\s` : correspond à un caractère d'espacement.
- `\S` : correspond à un caractère autre qu'un caractère d'espacement.
- `\w` : correspond à un mot.
- `\W` : correspond à n'importe quel caractère autre qu'un mot (composé de chiffres et de lettres).

Notez aussi qu'il vous est possible d'utiliser une notation utilisant les caractères Unicode et leurs propriétés.

- `\p{L}` : n'importe quelle lettre.
- `\p{N}` : n'importe quel chiffre.
- `\p{P}` : n'importe quel type de ponctuation.
- `\p{Z}` : un espace.
- `\p{^L}` : n'importe quoi différent d'une lettre.

L'équivalent de `\w` peut être `[\p{L}\p{N}]`, soit n'importe quelle lettre et nombre.

Les assertions

Les assertions permettent à une expression rationnelle de ne correspondre qu'aux conditions que vous avez définies :

`\b` : vérifie s'il existe un mot au début ou/et à la fin. Par exemple, l'expression `\ben\b` trouvera l'occurrence "ocr en ligne" et non celle-ci : "orientation antenne".

`\B` : opère la vérification inverse de la précédente. Par exemple, l'expression `\Ben\B` trouvera l'occurrence "contrôle parental google" mais non celle-ci : nombre entier.

Les assertions avant ne sont pas permises avec Google Analytics. Par exemple, l'expression `google(?!xxl)` (soit la chaîne littérale "google" mais seulement si elle est suivie de "xxl") n'aboutira pas : "Une erreur est survenue lors de la récupération des données pour cette vue".

Les méta-caractères

On a coutume d'opposer les quantificateurs gourmands ("*greedy*" en anglais) des quantificateurs non gourmands en ressources système. En pratique, l'expression `.*` est plus rapide que celle-ci : `.{0,1000000}` (tout caractère unique qui se répète, soit tous les mots-clés existants). L'opérateur `?` permet de ne vérifier qu'une fois la validité de notre motif. Dans le même esprit, si nous cherchons l'expression "google", il vaudra mieux utiliser cette expression `^google$` que celle-ci : `google`. On aura donc soin, quand c'est possible, d'utiliser les méta-caractères `^` et `$` de début et de fin de ligne.

Optimiser le rapport Mots clés

Nous avons déjà vu que le principe était d'utiliser le plus petit dénominateur commun à un mot en particulier. Par exemple, "icôn" pour `icône`, `icônes`, etc. Oui, mais dans ce cas, on n'affichera pas ces variantes : `icone`, `icones`, etc.

Une technique possible consiste alors à utiliser cette expression : `ic[o|ô]n(es)?`

- Nous posons une condition (o ou ô) ;
- Nous utilisons l'opérateur `?` afin de vérifier que nous avons, soit 0 ou, seulement, 1 occurrence de l'expression groupée : rien, e, s ou e et s.

L'intérêt de ce type de requête est de vous permettre de clustériser les mots-clés saisis en fonction d'une thématique précise. Nous obtiendrons toutes les recherches effectuées et qui parlent des icônes en général.

| Fréquentation du site | | Ensemble d'objectifs 1 | | Revenus AdSense | | Type d'affichage : | | |
|--|--|---|--|---|--------------------------|--------------------|--|--|
| Visites 3 455 Total du site (en %) : 14,63 % | Pages par visite 1,99 Moyenne du site : 1,56 (26,99 %) | Temps moyen passé sur le site 00:01:52 Moyenne du site : 00:01:05 (71,35 %) | Nouvelles visites (en %) 84,31 % Moyenne du site : 85,68 % (-1,60 %) | Taux de rebond 63,73 % Moyenne du site : 72,18 % (-11,70 %) | | | | |
| Mot clé | Aucun | Visites ↓ | Pages par visite | Temps moyen passé sur le site | Nouvelles visites (en %) | Taux de rebond | | |
| 1. icones gratuites | | 1 342 | 1,97 | 00:01:40 | 87,78 % | 62,74 % | | |
| 2. icones | | 786 | 2,03 | 00:01:52 | 89,69 % | 60,18 % | | |
| 3. icone design | | 104 | 1,47 | 00:02:57 | 14,42 % | 80,77 % | | |
| 4. icone google | | 82 | 2,37 | 00:00:59 | 92,68 % | 80,49 % | | |
| 5. icones google | | 37 | 2,46 | 00:02:45 | 78,38 % | 64,86 % | | |
| 6. google xxi icones | | 35 | 2,17 | 00:00:52 | 45,71 % | 71,43 % | | |
| 7. icônes gratuites | | 30 | 2,27 | 00:02:02 | 100,00 % | 70,00 % | | |
| 8. google icone | | 25 | 2,60 | 00:03:27 | 88,00 % | 64,00 % | | |
| 9. icones design | | 19 | 2,37 | 00:03:52 | 52,63 % | 52,63 % | | |
| 10. icones libres | | 19 | 1,53 | 00:00:31 | 84,21 % | 84,21 % | | |
| Filtre Mot clé : contenant | | ic[o]ô]n(es)? | | OK | Filtre avancé | | | |
| | | Accéder à : 1 | | Afficher les lignes : 10 | | De 1 à 10 sur 549 | | |

Par la suite, nous pouvons affiner les résultats en examinons les combinaisons de deux mots-clés. Par exemple : "icône" et "gratuit". Une expression qui vient immédiatement à l'esprit est celle-ci : `ic[o]ô]n.{1,15}gratuit`. Soit n'importe quelle occurrence de "icône" et de "gratuit" séparées par 1 et jusqu'à 15 occurrences de n'importe quel caractère.

Bien que le défaut de cette méthode soit de n'afficher que les requêtes sur lesquelles, *a priori*, nous sommes correctement référencées, la manipulation peut être utile si nous souhaitons :

- Ajouter du contenu en fonction des attentes des internautes (icône design, émoticônes Gmail, icône finance, etc.) ;
- Affiner le contenu déjà existant (icones discount e-commerce, e-commerce icones, etc.).

Voici d'autres exemples de requêtes "simplifiées" : `cada` (pour [cadastre gratuit](#), [plan cadastral](#), etc.) et `ocr` (pour [ocr en ligne](#), [application d'OCR](#), etc.)

Signalons qu'une source d'erreur classique est la présence d'un espace en début ou à la fin d'une expression régulière. Si l'expression ne renvoie aucun résultat, pensez à vérifier ce point.

Dissocier le trafic de catégorie du trafic de fréquentation

Afin de filtrer les requêtes de fréquentation des requêtes de catégorie, nous pouvons utiliser une expression qui portera sur le nom de domaine (Google XXL) : `go.{0,5}xxl`. Soit un mot qui commence par go, qui finit par xxl, et qui compte jusqu'à 5 caractères entre ces deux valeurs. De cette façon, nous essayons de couvrir l'ensemble des possibilités de fautes de frappe ou des variantes sur un même nom : [googlexxl](#), [google xxl](#), [google-xxl](#), [googal xxl](#), [gooele.xxl](#), [gogle xxl](#), [googl xxl](#), [googie;xxl](#), etc. N'en jetez plus ! L'imagination des internautes est réellement sans limite...

| Fréquentation du site | | Ensemble d'objectifs 1 | | Revenus AdSense | | Type d'affichage : | |
|---|--|---|---|--|--------------------------|--------------------|--|
| Visites 495 Total du site (en %) : 2,10 % | Pages par visite 1,83 Moyenne du site : 1,56 (16,72 %) | Temps moyen passé sur le site 00:01:01 Moyenne du site : 00:01:05 (-5,88 %) | Nouvelles visites (en %) 71,92 % Moyenne du site : 85,68 % (-16,07 %) | Taux de rebond 69,70 % Moyenne du site : 72,18 % (-3,44 %) | | | |
| Mot clé | Aucun | Visites ↓ | Pages par visite | Temps moyen passé sur le site | Nouvelles visites (en %) | Taux de rebond | |
| 1. google xxl | | 260 | 1,68 | 00:01:01 | 71,15 % | 70,77 % | |
| 2. googlexxl | | 64 | 1,55 | 00:00:48 | 82,81 % | 79,69 % | |
| 3. google xxl icones | | 35 | 2,17 | 00:00:52 | 45,71 % | 71,43 % | |
| 4. google xxl mp3 | | 12 | 1,17 | 00:00:00 | 8,33 % | 100,00 % | |
| 5. video google xxl | | 12 | 1,75 | 00:00:37 | 100,00 % | 58,33 % | |
| 6. googlexxl.blogspot.com | | 9 | 1,78 | 00:01:03 | 100,00 % | 66,67 % | |
| 7. www.google.xxl | | 6 | 4,17 | 00:06:00 | 83,33 % | 50,00 % | |
| 8. googl xxl | | 5 | 1,40 | 00:00:21 | 80,00 % | 60,00 % | |
| 9. google .xxl | | 5 | 1,60 | 00:00:23 | 80,00 % | 40,00 % | |
| 10. blog google xxl | | 4 | 1,50 | 00:00:16 | 75,00 % | 50,00 % | |
| Filtre Mot clé : contenant | | go.{0,5}xxl | | OK | Filtre avancé | | |
| | | Accéder à : 1 | | Afficher les lignes : 10 | | De 1 à 10 sur 113 | |

Notez que l'on évite également d'afficher les requêtes qui contiennent le mot seul "google" ou "xxl".

Bien entendu, nous pouvons restreindre les résultats en utilisant des méta-caractères :
^go.{0,5}xxl\$.

Là encore, le principe est d'occuper le terrain sur un nom de domaine ou de marque en reprenant, dans le contenu de votre page d'accueil, l'ensemble des variantes les plus souvent utilisées.

Filter les mots-clés

Quelques exemples :

mp[0-9] pour toutes les requêtes qui contiennent ce type de mot-clé : mp3, mp4, etc.

web.?slice pour toutes les variantes avec ou sans espace : webslice, web slices, etc.

[you,yu]tube pour Youtube ou youtube mais il est sans doute plus efficace de chercher à ratisser plus large en utilisant cette expression : [you,yu]tub(e)?

tradu.{0,7} pour toutes les variantes autour du thème de la traduction : bing traduction, traduire avec Google, comparatif traducteur en ligne, document à traduire. Notez que cette expression fait aussi bien l'affaire : tradu

street .|street. Afin d'afficher toutes les requêtes autour des services de "Street View".

Nombre de mots dans une requête

Afin d'afficher toutes les requêtes composées d'un seul mot, il est plus simple de poser un double filtre sur ce modèle :

- Contenant : \w
- Exclure : \s|\+

Filtre

Mot clé
Contenant

Supprimer

Mot clé
Exclure

Supprimer

+ Ajouter une condition

Appliquer le filtre
annuler

La première condition permet de rechercher n'importe quel mot tandis que la seconde exclue la présence de tout caractère d'espacement. Nous avons ajouté une condition afin d'écartier les internautes qui utilisent, pour leur recherche, ce type de syntaxe : `mot-clé1+mot-clé2`.

En sens inverse, les requêtes contenant plus d'un mot pourront être listées en utilisant cette expression : `\w\s` (un mot suivi d'un espace).

Dans le même esprit, nous pouvons vouloir afficher les requêtes composées de 2 mots ou plus : `.*\s.*` ou `.*(\s|\.)*`.

Afin de n'afficher que les requêtes composées de 2 mots, nous utiliserons cette expression :

`^\w+(\W+|$){2}$`

- `^` : débutant obligatoirement par l'expression mise entre parenthèses ;
- `(\w+(\W+|$))` : au moins un mot suivi d'un espace ou pas ;
- `{2}$` : se terminant obligatoirement par deux occurrences de l'expression précédente : `\w+(\W+|$)`

L'expression `^\w+(\W+|$){3}$` fonctionne également mais sans arriver à gérer de manière correcte les caractères accentués qui sont interprétés comme des mots à part entière.

Une méthode de contournement consiste à utiliser cette expression : `^([^\^a-z0-9éèàââùüëô&]*[a-z0-9éèàââùüëô&]+\b[^\^a-z0-9éèàââùüëô&]*){3}$`

Le résultat est tout à fait acceptable...

| Fréquentation du site | | Ensemble d'objectifs 1 | | Revenus AdSense | | Type d'affichage : | |
|--|---|---|---|--|--------------------------|--------------------|--|
| Visites 6 827 Total du site (en %) : 28,91 % | Pages par visite 1,60 Moyenne du site : 1,56 (2,54 %) | Temps moyen passé sur le site 00:01:00 Moyenne du site : 00:01:05 (-7,35 %) | Nouvelles visites (en %) 90,27 % Moyenne du site : 85,68 % (5,36 %) | Taux de rebond 68,58 % Moyenne du site : 72,18 % (-4,99 %) | | | |
| Mot clé | Aucun | Visites ↓ | Pages par visite | Temps moyen passé sur le site | Nouvelles visites (en %) | Taux de rebond | |
| 1. plan cadastral gratuit | | 960 | 2,01 | 00:01:20 | 92,50 % | 43,54 % | |
| 2. telecharger xxl video | | 220 | 1,51 | 00:00:27 | 96,36 % | 65,00 % | |
| 3. youtube videos xxl | | 217 | 1,17 | 00:00:13 | 95,85 % | 89,86 % | |
| 4. video xxl youtube | | 215 | 1,12 | 00:00:15 | 99,53 % | 89,30 % | |
| 5. plan cadastre gratuit | | 200 | 1,86 | 00:01:20 | 89,50 % | 46,00 % | |
| 6. youtube xxl video | | 194 | 1,45 | 00:00:32 | 94,85 % | 86,60 % | |
| 7. youtube video xxl | | 157 | 1,97 | 00:00:34 | 93,63 % | 74,52 % | |
| 8. google video xxl | | 134 | 1,38 | 00:00:19 | 87,31 % | 72,39 % | |
| 9. conversion coordonnées gps | | 118 | 1,52 | 00:01:11 | 88,14 % | 61,86 % | |
| 10. xxl video youtube | | 87 | 1,55 | 00:00:11 | 94,25 % | 85,06 % | |

Filtres avancés **Actif** [Supprimer le filtre](#) [Modification du filtre](#)

Accéder à : Afficher les lignes : De 1 à 10 sur 1 991

Afin de classer les requêtes en fonction de leur longueur, nous pouvons utiliser ce type de filtre : `^([a-z]{0,5})$` puis `^([a-z]{6,20})$` et ainsi de suite. Il existe un article intéressant du blog SEOmoz qui vous explique comment faire la distinction entre le trafic de notoriété (trafic de récupération), le trafic de catégorie et, dans ce cas, de ce qui relève de la longue traîne et du "ventre mou" : <http://www.seomoz.org/blog/charting-unique-keyphrases-using-advanced-segments>.

Les adresses URL et les extensions de fichiers

Il est possible d'isoler les requêtes qui ne portent que sur les adresses URL avec ou sans le protocole http (ou https) ou l'indication de sous-domaine (www) : `^(https?:\V)?([a-z\.-]+\.[a-z\.-]{2,6})([Vw \.-]*)*V?$`

| Fréquentation du site | | Ensemble d'objectifs 1 | | Revenus AdSense | | Type d'affichage : | |
|---|---|--|---|---|--------------------------|--------------------|--|
| Visites 6 815 Total du site (en %) : 1,84 % | Pages par visite 1,67 Moyenne du site : 1,63 (2,40 %) | Temps moyen passé sur le site 00:00:57 Moyenne du site : 00:01:11 (-19,70 %) | Nouvelles visites (en %) 86,75 % Moyenne du site : 84,80 % (2,30 %) | Taux de rebond 72,36 % Moyenne du site : 72,08 % (0,39 %) | | | |
| Mot clé | Aucun | Visites ↓ | Pages par visite | Temps moyen passé sur le site | Nouvelles visites (en %) | Taux de rebond | |
| 1. google.fr | | 268 | 1,38 | 00:00:12 | 97,01 % | 85,45 % | |
| 2. www.youtube.com | | 229 | 1,59 | 00:01:01 | 93,45 % | 75,98 % | |
| 3. google.fr/latitude | | 198 | 1,62 | 00:01:12 | 94,44 % | 65,66 % | |
| 4. h.g.wells | | 169 | 2,30 | 00:01:04 | 82,25 % | 58,58 % | |
| 5. www.xxxl.video | | 160 | 1,69 | 00:00:23 | 96,25 % | 75,62 % | |
| 6. xxxl.com voyage | | 154 | 1,79 | 00:00:32 | 91,56 % | 78,57 % | |
| 7. boursorama.com cours | | 134 | 1,42 | 00:00:49 | 94,03 % | 75,37 % | |
| 8. rodsbot.com | | 122 | 1,02 | 00:00:11 | 6,56 % | 99,18 % | |
| 9. youtube.com | | 91 | 1,26 | 00:00:30 | 87,91 % | 81,32 % | |
| 10. googlexl.blogspot.com | | 69 | 1,86 | 00:01:15 | 82,61 % | 57,97 % | |

Filtre Mot clé :
 Accéder à : Afficher les lignes : De 1 à 10 sur 3 042

Il peut être utile de doubler cette expression avec un filtre d'exclusion qui ressemblera à celui-ci : `\.txt|.exe|.kml|.zip`

En sens inverse, nous pouvons nous intéresser aux recherches qui mentionnent des extensions de fichiers : `.*\.{3}`. Et, là encore, nous pourrions utiliser ce type de filtre d'exclusion : `com|fr|net|org|xxl`

Voici une autre expression permettant d'isoler les requêtes sur les fichiers images : `\.(jpg|png|gif|bmp)$`

Les expressions régulières dans les autres rapports

L'expression `^[0-9]{4}/12` listera tous les articles qui commencent par 4 chiffres et correspondent au mois de décembre quelque soit l'année.

Dans le rapport *Capacités du navigateur – Version Flash*, nous pouvons choisir de n'afficher que les systèmes dotés d'une version Flash 9 ou supérieur en utilisant cette expression : `9\.|10\.`

Dans le même ordre d'idées et afin de n'afficher que les résolutions d'écran supérieur à 1000 pixels, nous pourrions utiliser cette expression : `[1-9][0-9][0-9][0-9]x`

Il faut bien comprendre que chaque chiffre est interprété comme étant un caractère. La première valeur (`[1-9]`) cherchera un chiffre situé entre 1 et 9, la seconde, un chiffre entre 0 et 9, et ainsi de suite. Afin de trouver des nombres formés de 4 chiffres, nous devons donc décomposer notre motif en quatre parties.

A partir du rapport *Sites référents*, le trafic provenant des "Web mails" sera filtré grâce à cette expression : `mail(.*)\.(.*)\.{2,4}`

| Fréquentation du site | | Ensemble d'objectifs 1 | | Revenus AdSense | | Type d'affichage : | | |
|--|--|--|---|---|--------------------------|--------------------|------------------|--|
| Visites 46 Total du site (en %) : 0,19 % | Pages par visite 1,54 Moyenne du site : 1,56 (-0,99 %) | Temps moyen passé sur le site 00:00:56 Moyenne du site : 00:01:05 (-13,53 %) | Nouvelles visites (en %) 47,83 % Moyenne du site : 85,61 % (-44,13 %) | Taux de rebond 76,09 % Moyenne du site : 72,34 % (5,18 %) | | | | |
| Source | Aucun | Visites ↓ | Pages par visite | Temps moyen passé sur le site | Nouvelles visites (en %) | Taux de rebond | | |
| 1. mail.google.com | | 18 | 1,39 | 00:01:19 | 33,33 % | 77,78 % | | |
| 2. fr.mc242.mail.yahoo.com | | 5 | 1,00 | 00:00:00 | 20,00 % | 100,00 % | | |
| 3. fr.mg41.mail.yahoo.com | | 3 | 1,00 | 00:00:00 | 66,67 % | 100,00 % | | |
| 4. by138w.bay138.mail.live.com | | 2 | 1,00 | 00:00:00 | 50,00 % | 100,00 % | | |
| 5. sn103w.snt103.mail.live.com | | 2 | 2,50 | 00:00:42 | 100,00 % | 50,00 % | | |
| 6. webmail1gb.orange.fr | | 2 | 1,50 | 00:00:31 | 50,00 % | 50,00 % | | |
| 7. webmail1h.orange.fr | | 2 | 2,50 | 00:01:06 | 0,00 % | 50,00 % | | |
| 8. bl131w.blu131.mail.live.com | | 1 | 1,00 | 00:00:00 | 100,00 % | 100,00 % | | |
| 9. fr.mc237.mail.yahoo.com | | 1 | 1,00 | 00:00:00 | 0,00 % | 100,00 % | | |
| 10. fr.mc282.mail.yahoo.com | | 1 | 5,00 | 00:08:13 | 0,00 % | 0,00 % | | |
| Filtre Source : contenant | | mail(.*)\.(.*)\.{2,4} | | OK | Filtre avancé | | | |
| | | Accéder à : | | 1 | Afficher les lignes : 10 | | De 1 à 10 sur 19 | |

En bref, la chaîne de caractères recherchée devra contenir le terme "mail" puis n'importe quel caractère (même vide), suivi d'un point, suivi de n'importe quel caractère, suivi d'un autre point, suivi d'une chaîne de 2 à 4 caractères.

Le rapport *Propriétés réseau – Fournisseurs d'accès* permet de lister certaines des entreprises qui ont visité votre site. Ce qui est souvent un excellent levier de prospection pour les sites de B2B. Une manière rapide (bien qu'imparfaite) de faire le tri entre les noms de société et les FAI proprement dit est d'utiliser ce filtre d'exclusion :

`(isp|bloc|pool|dsl|tel|ip|num|net|dial|inter|cable|ip|dhcp|prox|ltee)`

A vous de l'adapter en fonction de vos propres besoins !

Les filtres

Nous avons vu que les expressions régulières pouvaient s'utiliser avec les filtres. Un filtre permet d'isoler des éléments des fichiers journaux générés par Google Analytics, et ce afin de les modifier ou, par exemple, d'isoler une source de trafic de façon à utiliser des segments avancés qui, dans le cas contraire, ne peuvent s'appliquer.

Rappelons que puisqu'un filtre est destructif, il est conseillé de créer un nouveau profil à partir du domaine existant. Nous aurons toujours un profil par défaut qui contiendra les données non modifiées et différents filtres qui s'appliqueront en partie ou à la totalité des profils supplémentaires.

Paramétrer un filtre d'exclusion

Quand nous paramétrons un filtre d'exclusion afin de nous exclure des visites, il faut éviter de définir un filtre ressemblant à celui-ci : 12.34.56.78. De fait, les visites provenant des adresses IP 12.34.56.789 ou 123.34.56.78 seront également supprimées des rapports Google Analytics. Et, là encore, nous devons utiliser les méta-caractères : ^12.34.56.78\$

Créer un filtre

Entrer les informations sur les filtres

Nom du filtre :

Type de filtre : Filtre prédéfini Filtre personnalisé

Exclure
 Inclure
 Minuscules
 Majuscules
 Rechercher et remplacer
 Avancé

Champ de filtrage :

Règle de filtrage :

Respect de la casse : Oui Non

[? Aide relative aux filtres : Exclure > Adresse IP du visiteur](#)

Afin de filtrer l'ensemble des adresses IP d'un domaine, nous pourrions utiliser ce simple filtre : ^62

Notez que cet outil permet de définir une plage d'adresses IP :

<http://www.google.com/support/analytics/bin/answer.py?hl=en&answer=55572>.

Les tunnels de conversion

Les mêmes principes peuvent s'appliquer aux tunnels de conversion. Par défaut, Google Analytics sait déjà que mon nom de domaine correspond à <http://www.monsite.fr>. Si nous avons deux mêmes noms de fichier pour deux adresses différentes (<http://www.monsite.fr/secondepage/contact/> et <http://www.monsite.fr/contact/>, nous pourrions utiliser cette expression : ^/contact/.

Dans le même ordre d'idée, nous pouvons définir un objectif de conversion qui s'applique à une page quelque soit les variables dynamiques qui ont été passées dans l'adresse URL : </merci.php?from=order;id=13456;type=chemise>. Cette expression rationnelle fera l'affaire : [/merci.php?from=order;id=\(.*\)](/merci.php?from=order;id=(.*));type=chemise

Paramétrer un filtre avancé

Revenons maintenant aux filtres et posons un filtre qui va nous permettre de récupérer les adresses URL complètes des sites référents (y compris les moteurs de recherche). Par la suite, nous verrons qu'à l'aide des segments avancés, nous pourrions afficher toutes sortes d'informations qui, dans le cas contraire, ne seraient pas accessibles.

1. Définissez un nouveau profil à partir d'un domaine existant.
2. Créez un nouveau filtre selon ces paramètres :
 - Filtre personnalisé
 - Avancé
 - Champ A -> Extraire A : Site référent - (.*)
 - Champ B -> Extraire B : -
 - Sortie vers -> Constructeur : Personnalisé - \$A1
 - Champ A obligatoire : Oui

- Champ B obligatoire : Non
- Remplacer le champ de sortie : Oui
- Respect de la casse : Non

Entrer les informations sur les filtres

Nom du filtre :

Type de filtre : Filtre prédéfini Filtre personnalisé

Exclure
 Inclure
 Minuscules
 Majuscules
 Rechercher et remplacer
 Avancé

Champ A -> Extraire A :

Champ B -> Extraire B :

Sortie vers -> Constructeur :

Champ A obligatoire : Oui Non

Champ B obligatoire : Oui Non

Remplacer le champ de sortie : Oui Non

Respect de la casse : Oui Non

De manière générale, les variables \$A et \$B font référence aux champs tandis que les chiffres reprennent l'ordre des parenthèses. Par exemple, \$A3 correspondra à la troisième parenthèse du champ de l'expression régulière qui a été définie.

Les adresses URL complètes des sites référents seront visibles dans *Visiteurs – Valeurs personnalisées* (puisque la sortie constructeur a été définie sur le paramètre *Personnalisé*). Vous devez patienter environ 24 heures avant de voir les premières données s'afficher.

Qui coche le bouton radio Pages:France ou Page francophones ?

A partir du rapport Valeurs personnalisées, utilisez l'un ou l'autre de ces expressions : [www.google.fr/search.\(*\)lang_FR](http://www.google.fr/search.(*)lang_FR) ou [www.google.fr/search.\(*\)countryFR](http://www.google.fr/search.(*)countryFR).

Quelle est la part de Google Suggest dans votre trafic ?

Quand on suit un des liens qui s'affichent dans Google Suggest, il contiendra ce type de données : `&aq=0` (pour la première suggestion), `&aq=1` (pour la deuxième) et ainsi de suite. Afin de filtrer le rapport, nous pouvons donc utiliser cette expression régulière : `&aq=[0-9]`

| Fréquentation du site | | Ensemble d'objectifs 1 | | Revenus AdSense | | Type d'affichage : | |
|--|---|--|---|--|--|--------------------|--|
| Visites 1 508 Total du site (en %) : 6,39 % | Pages par visite 1,66 Moyenne du site : 1,56 (6,00 %) | Temps moyen passé sur le site 00:00:58 Moyenne du site : 00:01:05 (-10,98 %) | Nouvelles visites (en %) 92,90 % Moyenne du site : 85,68 % (8,43 %) | Taux de rebond 67,84 % Moyenne du site : 72,18 % (-6,02 %) | | | |
| Valeur personnalisée : <input type="text" value="Aucun"/> | | Visites ↓ | Pages par visite | Temps moyen passé sur le site | Nouvelles visites (en %) | Taux de rebond | |
| 1. | http://www.google.fr/search?hl=fr&source=hp&q... | 17 | 1,47 | 00:00:14 | 94,12 % | 64,71 % | |
| 2. | http://www.google.fr/search?hl=fr&source=hp&q... | 16 | 2,25 | 00:01:19 | 100,00 % | 56,25 % | |
| 3. | http://www.google.co.ma/search?hl=fr&source=h... | 14 | 1,07 | 00:00:08 | 85,71 % | 92,86 % | |
| 4. | http://www.google.fr/search?hl=fr&source=hp&q... | 13 | 2,00 | 00:01:04 | 92,31 % | 53,85 % | |
| 5. | http://www.google.fr/search?hl=fr&source=hp&q... | 12 | 2,08 | 00:00:46 | 83,33 % | 58,33 % | |
| 6. | http://www.google.fr/search?hl=fr&source=hp&q... | 12 | 1,17 | 00:00:17 | 100,00 % | 83,33 % | |
| 7. | http://www.google.fr/search?hl=fr&source=hp&q... | 10 | 1,30 | 00:00:48 | 90,00 % | 80,00 % | |
| 8. | http://www.google.fr/search?hl=fr&source=hp&q... | 8 | 1,62 | 00:00:31 | 100,00 % | 37,50 % | |
| 9. | http://www.google.fr/search?hl=fr&source=hp&q... | 7 | 2,00 | 00:01:53 | 85,71 % | 42,86 % | |
| 10. | http://www.google.co.ma/search?hl=fr&source=h... | 6 | 1,00 | 00:00:00 | 100,00 % | 100,00 % | |
| Filtre Valeur personnalisée : <input type="text" value="contenant"/> | | <input type="text" value="&aq=[0-9]"/> | | <input type="button" value="OK"/> | <input type="button" value="Filtre avancé"/> | | |
| Accéder à : <input type="text" value="1"/> | | Afficher les lignes : <input type="text" value="10"/> | | De 1 à 10 sur 1 246 | | | |

On peut remarquer que vous avez, à la fois, l'expression suggérée par Google et le début de l'expression saisie par l'internaute. Par exemple :

<http://www.google.fr/search?hl=fr&source=hp&q=icônes+gratuites&meta=&aq=0&oq=icone>.

- q= icônes gratuites : expression suggérée ;
- aq=0 : Ranking de la suggestion ;
- oq=icône : expression saisie par l'internaute avant qu'elle soit "récupérée" par Google.

Les liens de site

La même méthode peut être appliquée aux liens de site (ou *Sitelinks*).

Lancez une recherche dans Google puis cliquez avec le bouton droit de la souris sur un des liens de site qui sont listés. Cliquez sur la commande *Copier l'adresse du lien* puis collez-la dans un éditeur de texte quelconque. La syntaxe sera la suivante : [&oi=smap&cd=1](#).

- [&oi=smap](#) : paramètre supplémentaire pour les liens de site sur 4 lignes et 2 colonnes ;
- [&cd=1](#) : Ranking du lien. Dans cet exemple, c'est le premier lien listé.

Une fois que nous savons cela, nous pouvons lister toutes les clics provenant de ce type de résultats en utilisant cette expression : [&oi=smap](#)

La Recherche universelle

Bien entendu, nous pouvons continuer notre démonstration et nous intéresser aux résultats de type "OneBox" ou qui sont sous la forme d'une rubrique dédiée. Les miniatures qui sont visibles à gauche de la rubrique Google Actualités intégrée aux pages de résultats classiques, utilisent de commutateur : [&oi=news_group](#). Là encore, multipliez les tests afin de traquer les visites qui proviennent de ce type de résultat.

Le même principe peut être appliqué aux recherches verticales quand l'internaute clique sur le lien *Afficher les options*. Le commutateur qui s'affiche dans la barre d'adresses du navigateur est celui-ci : [&tbo=](#) (ou [&tbs=](#) pour une option en particulier). Par exemple, [&tbs=nws:1](#)

quand nous cliquons sur le lien *Actualités*. Signalons que le pourcentage des internautes qui utilisent cette fonctionnalité est réellement infime (moins de 1%).

Les segments avancés

Si les champs de filtrage peuvent être paramétrés à la volée, il peut être plus simple de définir un ou plusieurs segments avancés.

En reprenant quelques uns des exemples précédents, suivez cette procédure :

1. Cliquez sur le bouton *Toutes les visites visibles* à droite de la mention *Segments avancés*.
2. Cliquez sur *Créer un segment avancé*.
3. Indiquez un nom pour votre segment.
4. Dans les dimensions, développez la rubrique *Visiteurs* puis faites glisser cette dimension : *Valeur personnalisée*.
5. Cliquez sur le bouton déroulant *Condition* afin de voir l'étendue des possibilités qui s'offrent à vous.

Mais, dans notre cas, il suffit de garder la valeur par défaut (*Contient*).

6. Cliquez sur le bouton fléché *Valeur* afin de lister les possibilités par défaut.
7. Mais, là encore, saisissez cette valeur : *&oi*.
8. Cliquez sur *Tester le segment*.

The screenshot displays the 'Segments avancés' configuration interface. On the left, a sidebar lists dimensions: Ville, Langue, Région, Pays/Territoire, Continent, Sous-continent, Valeur personnalisée (selected), Variable personnalisée (clé 1), Variable personnalisée (clé 2), and Variable personnalisée (clé 3). The main area shows a configuration for a segment based on 'Valeur personnalisée' with the condition 'Contient' and the value '&oi', resulting in 448 visits. The segment name is 'Recherche universelle' and it is visible in 'Google XXL' and 0 other profiles.

Le nombre de visites issues de la recherche universelle et des liens de site sera indiqué. A partir d'un rapport, il suffit d'activer la fenêtre des segments et, soit d'activer jusqu'à 3 segments en laissant coché le segment par défaut *Toutes les visites* (en vue de dresser des comparaisons), soit d'activer jusqu'à 4 segments personnalisés.

Afin d'afficher les visites apportées par Google Suggest, saisissez comme valeur ceci : *&aq*. Rappelons que les dimensions caractérisent les visiteurs et permettent leur segmentation. Les statistiques (ou indicateurs) sont les valeurs qui peuvent être rattachées à chacune des dimensions. Elles permettent de mesurer l'interaction entre les visiteurs et un site : nombre de pages vues, temps passé sur une page, etc.

Ranking des mots-clés dans les moteurs de recherche

Nous utilisons ici une méthode (relativement complexe) expliquée sur ce blog :

<http://www.web-analytics.fr/google-analytics-seo-referencement-naturel-de-quelles-pages-de-resultats-proviennent-vos-visites/>.

1. Ajoutez la dimension *Valeur personnalisée*.
2. Utilisez des conditions "*Correspond à l'expression rationnelle*".
3. Créez des segments pour chacun des groupes de page.
 - Page 1 : `((\?|&)(start|b|first|ap)=[0-1](\&|\$))|^.(?!.*(\?|&)(start|b|first|ap)=)`
 - Page 2 : `(\?|&)(start|b|first|ap)=(10|11|2)(\&|\$)`
 - Page 3 : `(\?|&)(start|b|first|ap)=(20|21|3)(\&|\$)`

Le défaut (relatif) de cette méthode est qu'elle ne tient pas compte de la nouvelle façon dont sont, parfois, générés les adresses URL sur Google et qui ressemblent à celle-ci :

<http://www.google.com/url?sa=t&source=web&ct=res&cd=7&url=http%3A%2F%2Fwww.exemple.fr%2Faccueil.htm&ei=ABc &rct=j&q=flowers&usg=ABc>.

Dans cet exemple, le lien est placé à la septième position (`cd=7`).

Toujours à partir du rapport *Valeurs personnalisées*, il est possible de les lister en utilisant cette expression : `google.*(search|url).*\bcd=\d*` ou, plus simplement, celle-ci : `google.*cd=`

| Fréquentation du site | | Ensemble d'objectifs 1 | | Revenus AdSense | | Type d'affichage : | |
|---|---|---|---|--|--------------------------|--------------------|--|
| Visites 1 201 Total du site (en %) : 5,09 % | Pages par visite 1,50 Moyenne du site : 1,56 (-4,21 %) | Temps moyen passé sur le site 00:01:02 Moyenne du site : 00:01:05 (-4,47 %) | Nouvelles visites (en %) 93,09 % Moyenne du site : 85,68 % (8,64 %) | Taux de rebond 71,27 % Moyenne du site : 72,18 % (-1,26 %) | | | |
| Valeur personnalisée | Aucun | Visites ↓ | Pages par visite | Temps moyen passé sur le site | Nouvelles visites (en %) | Taux de rebond | |
| 1. | http://www.google.fr/url?sa=t&source=web&ct=re... | 3 | 1,33 | 00:04:38 | 33,33 % | 66,67 % | |
| 2. | http://www.google.com/url?sa=t&source=web&ct=... | 2 | 1,00 | 00:00:00 | 100,00 % | 100,00 % | |
| 3. | http://www.google.fr/url?sa=t&source=web&ct=cl... | 2 | 1,00 | 00:00:00 | 0,00 % | 100,00 % | |
| 4. | http://www.google.fr/url?sa=t&source=web&ct=re... | 2 | 1,50 | 00:02:30 | 100,00 % | 50,00 % | |
| 5. | http://www.google.fr/url?sa=t&source=web&ct=re... | 2 | 1,00 | 00:00:00 | 50,00 % | 100,00 % | |
| 6. | http://www.google.fr/url?sa=t&source=web&ct=re... | 2 | 1,00 | 00:00:00 | 50,00 % | 100,00 % | |
| 7. | http://www.google.fr/url?sa=t&source=web&ct=re... | 2 | 2,00 | 00:00:31 | 50,00 % | 50,00 % | |
| 8. | http://images.google.com/search?q=integrer+un... | 1 | 1,00 | 00:00:00 | 100,00 % | 100,00 % | |
| 9. | http://www.google.be/search?hl=fr&client=firefox... | 1 | 1,00 | 00:00:00 | 100,00 % | 100,00 % | |
| 10. | http://www.google.be/search?hl=fr&client=firefox... | 1 | 1,00 | 00:00:00 | 100,00 % | 100,00 % | |

Filtre Valeur personnalisée : contenant google.*cd= OK Filtre avancé
Accéder à : 1 Afficher les lignes : 10 De 1 à 10 sur 1 193

Cela représente, *a priori*, 5% des requêtes.

1. Afin de lister les mots-clés sur lesquels vous êtes premiers, utilisez ce segment : `google.*cd=1&`
2. Afin de lister votre "Top 10", posez, à l'intérieur d'un même segment, ces deux conditions reliées par la condition OU :
 - Correspond à l'expression rationnelle : `google.*cd= [1-9]&`
 - Correspond à l'expression rationnelle : `google.*cd=10&`
3. Afin de lister les mots qui ne font pas partie du "Top 10", vous pouvez vous inspirer de cette syntaxe : `google.*cd=[1-9][1-9]&`

Quelle est la part de trafic apportée par les mobiles ?

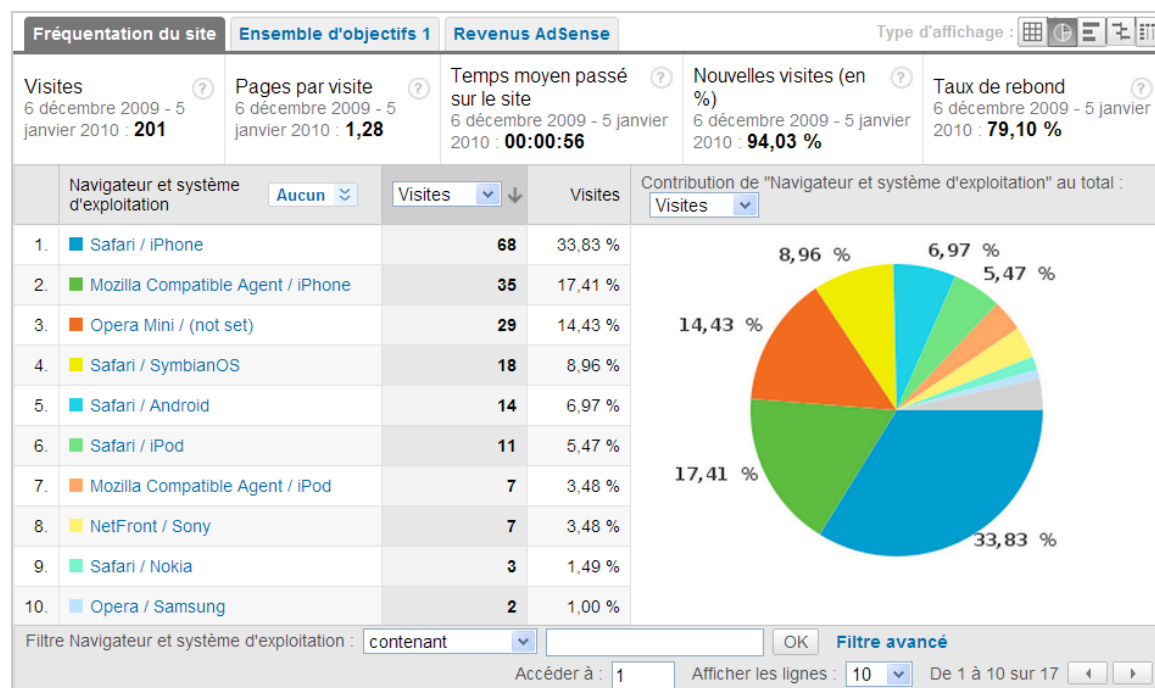
Voici une manière de faire telle qu'elle était développée par ce blog :

<http://blogs.imediconnection.com/BlogDetail.aspx?BlogID=145>.

Dans le panneau des dimensions, développez la rubrique *Systèmes* puis faites glisser la dimension *Résolution d'écran*.

1. Sélectionnez comme condition l'option *Correspond à l'expression rationnelle*.
2. Indiquez ceci comme valeur : `^(([1-7]\d?\d?|[1-9][0-9?])(800|8[0-9]))x([1-3]\d?\d?|[1-4][0-7]?[0-9]?|4[0-8]0?)$`
3. Ajoutez une instruction *ET*.
4. Faites glisser la dimension *Version du système d'exploitation*.
5. Sélectionnez comme condition l'option *Ne correspond pas à l'expression rationnelle*.
6. Indiquez ceci comme valeur : `95|98|me|xp|2000|server 2003|server 2008|vista|7|ppc|intel`
7. Ajoutez une instruction *ET*.
8. Faites glisser la dimension *Système d'exploitation*.
9. Sélectionnez comme condition l'option *Ne correspond pas exactement*.
10. Indiquez ceci comme valeur : `Linux`
11. Afin de vérifier que les résultats soient cohérents, accédez au rapport *Visiteurs - Systèmes d'exploitation*.

Vous devriez normalement avoir ce type d'indication : *iPhone, SymbianOS, iPod, Android*, etc.



Des outils dédiés aux expressions rationnelles

Voici quelques adresses d'outils en ligne qui vous permettent de créer ou de tester des expressions rationnelles :

<http://www.analyticsexperts.com/resources/google-analytics-regex-filter-tester/> ;

<http://www.epikone.com/blog/2006/12/06/regular-expression-testing-tool/> ;

<http://www.jslab.dk/tools.regex.php> ;

<http://www.analyticsmarket.com/freetools/regex-tester> ;

http://www.angelwatt.com/coding/regular_expressions.php ;

<http://gskinner.com/RegExr/> ;

<http://www.weitz.de/regex-coach>.

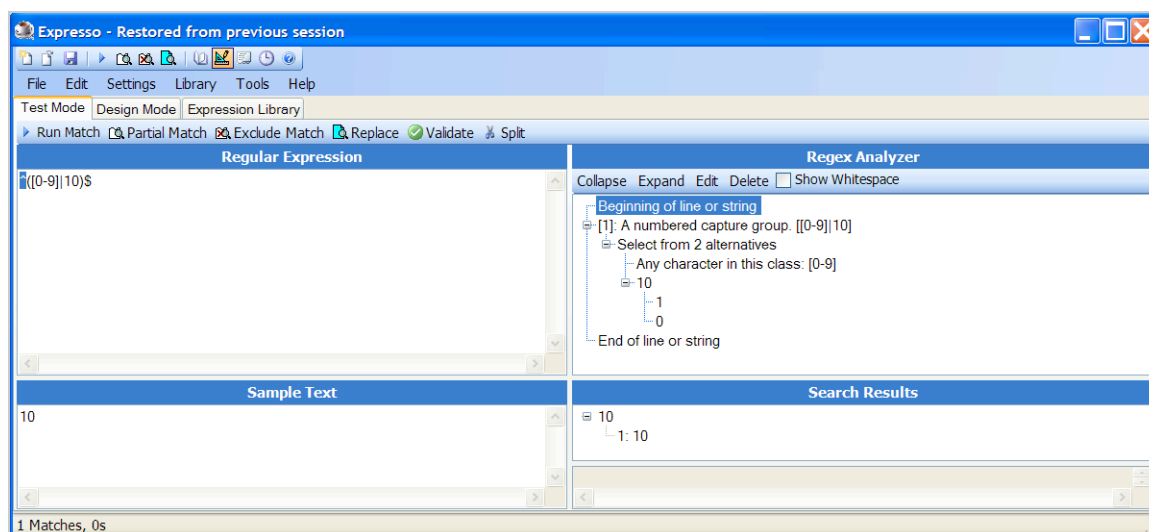
Mais, à notre sens, l'application la plus intéressante s'appelle **Expresso** et elle peut se télécharger à cette adresse : <http://www.ultrapico.com/Expresso.htm>.

Vous devez vous enregistrer afin de pouvoir utiliser cet outil.

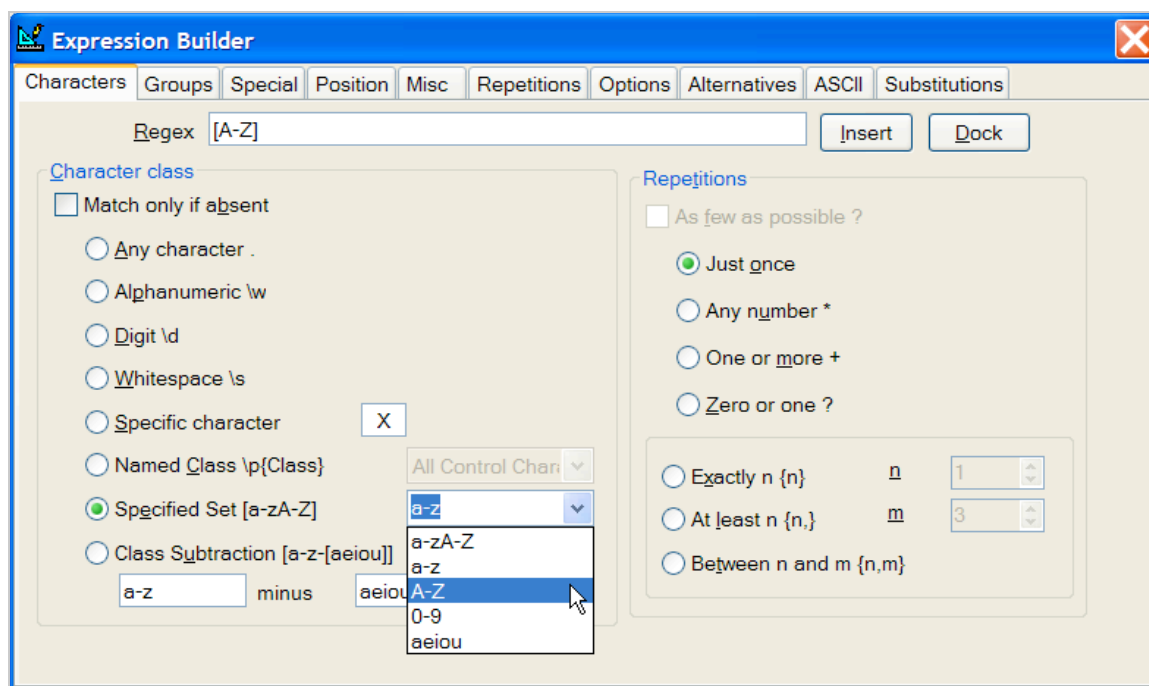
1. Lancez le programme puis cliquez sur l'onglet *Test Mode*.
2. Saisissez votre expression régulière puis, dans le panneau nommé *Sample Text*, la ou les chaînes de caractères à tester.
3. Cliquez sur le bouton *Run Match*.

Si un motif correspond, il apparaîtra dans le volet *Search Results*.

Le volet *Regex Analyser* montre de quelle manière la chaîne de caractères a "collé" à votre expression.



4. Servez-vous de l'"*Expression Builder*" afin de composer rapidement des expressions rationnelles.



Rappelez-vous, tout de même, que les expressions rationnelles ne sont pas une science exacte et qu'une même expression peut être compatible avec une application et pas avec une autre.

Bien que ce soit difficile à quantifier, il existe une limite à la longueur des expressions quand elles seront utilisées dans, par exemple, les segments avancés de Google Analytics. Une méthode de contournement consiste à la décomposer en utilisant une condition OU.

Les "Web Analytics" au service du SEO

Nous avons vu que les possibilités de filtrage et de segmentation vont nous permettre de dresser une analyse beaucoup plus fine des visiteurs, de leur comportement, et de la façon dont ils trouvent vos pages. C'est donc un excellent moyen de faire un "Sourcing" de qualité et d'analyser au fil du temps, la vie secrète d'un site : quelles sont les expressions phare, les requêtes appartenant à la longue traîne, celles qui relèvent de mes marques, des noms de produits ou de services que nous commercialisons, etc.

Aussi, n'hésitez pas à approfondir vos analyses, et ce afin d'améliorer votre "Ranking" auprès des moteurs de recherche, vos objectifs de conversion ainsi que la rentabilité (et la productivité) de votre site.

Jean-Noël Anderruthy, *webmaster spécialisé dans les technologies Google.*

Réagissez à cet article sur le blog des abonnés d'Abondance :

<http://abonnes.abondance.com/blogpro/2010/01/comment-mieux-utiliser-google-analytics.html>