

*IBM Digital Analytics Explore - Guide  
d'utilisation*



---

# Table des matières

<b>IBM Digital Analytics Explore.....</b>	<b>1</b>
Présentation d' IBM Digital Analytics Explore.....	1
Fonctions principales de Digital Analytics Explore.....	2
Intégration de Digital Analytics Explore à IBM Tealeaf.....	4
Configuration système requise.....	5
Accès à Digital Analytics Explore.....	5
Affichage des rapports.....	5
Tableaux de bord, rapports et commentaires.....	6
Mise à disposition des rapports Explore dans une autre application.....	6
Exportation des données de session visiteur dans IBM Tealeaf.....	7
Utilisation des tableaux de bord.....	7
Modification du type de graphique.....	9
Commandes de l'en-tête de rapport.....	10
Commandes de la liste Rapports.....	13
Paramètres du rapport.....	13
Grille de données.....	13
Vue des tendances.....	14
Comparaison de périodes.....	15
Ajout d'annotations à un rapport.....	15
Création de rapports Digital Analytics Explore.....	16
Segments ou filtres ?.....	16
Indicateurs calculés.....	18
Indicateurs personnalisés.....	19
Indicateurs d'attribution des clics.....	20
Génération de rapports entre plusieurs sites.....	23
Rapports de type Liste à plat.....	23
Rapports hiérarchiques.....	33
Rapports Groupes personnalisé.....	41
Rapports Comparaison de segments.....	49
Rapports en direct.....	53
Module Lifecycle.....	57
Création de rapports Lifecycle.....	57
Affichage de rapports Lifecycle : cycle de vie acheteur.....	60
Cycles de vie multiples.....	64
Intégration d'IBM Digital Analytics et d'IBM Campaign.....	64
Intégration d'IBM Digital Analytics et Campaign.....	65
Gérer.....	65
Rapports.....	65
Tableaux de bord.....	67
Annotations.....	68
Filtres.....	69
Gestion des segments.....	69
Indicateurs calculés.....	70
Indicateurs personnalisés.....	71
Diffusion d'indicateurs personnalisés et calculés.....	73
Attribution de rapport.....	73
Attributs.....	74
E-mails.....	74
Surveillance des crédits de rapport.....	75
Modules.....	75
Module Inscription.....	75

Module Attribution d'impression.....	76
Module multicanal.....	78
Module Data Extensions.....	80
Identification et résolution des problèmes.....	81
FAQ.....	81
Précision des données.....	85
Collecte de données.....	85
Cohérence des données.....	86
Aucune URL de référence de page.....	86
Identification et résolution des problèmes d'actualisation.....	87
Terme non fourni.....	87
Attributs.....	87
Collecte d'attributs via des balises.....	87
Mesures vidéo.....	89
Mesures Web 2.0.....	90
Mesure des marges.....	91
Attributs des meilleures pratiques.....	91
Autres informations de contact.....	97
Support technique.....	98
<b>Remarques.....</b>	<b>99</b>
Marques.....	101
Dispositions applicables à la documentation du produit.....	101
Remarque sur les règles de confidentialité.....	101



# IBM Digital Analytics Explore

---

Bienvenue dans la documentation IBM® Digital Analytics Explore contenant des informations sur la construction et l'utilisation de rapports Digital Analytics Explore.

Pour obtenir des vidéos de formation et la documentation Digital Analytics Explore au format PDF, [cliquez ici](#).

## Présentation d' IBM Digital Analytics Explore

---

Avec IBM Digital Analytics Explore, vous pouvez utiliser les données Digital Analytics pour concevoir, générer, distribuer et analyser vos propres données via des sélections de ligne, colonnes, filtres et segments avancées.

Utilisez Digital Analytics Explore pour créer des rapports personnalisés sur toutes vos initiatives marketing. Vous pouvez personnaliser vos rapports de plusieurs façons :

- Sélectionner les types de rapport flexibles pour afficher les vues de données appropriées pour votre entreprise.
- Utiliser les fonctionnalités de segmentation et de filtrage pour ne générer des rapports que sur les éléments de données que vous jugez importants.
- Visualiser les données de différentes manières et changer instantanément de graphiques pour révéler des relations insoupçonnées entre les données sans avoir à exporter vos données dans une feuille de calcul.
- Personnaliser la présentation de vos rapports en définissant la plage de dates et la récurrence et en sélectionnant vos zones de données et vos indicateurs.

### Conservation des rapports

Les rapports sont conservés sur le système Digital Analytics pendant 13 mois (400 jours). Tout rapport contenant des données de plus de 400 jours est susceptible d'être purgé quelle que soit la date de création.

Par exemple, un rapport unique créé aujourd'hui avec une plage de dates d'un jour datant de 400 jours sera purgé demain. Les mêmes règles s'appliquent aux rapports récurrents. Cependant, pour les rapports hebdomadaires, le dernier jour d'une semaine fiscale marque la fin de la période de 400 jours, ce qui se traduit par 6 jours de rétention supplémentaires. Pour les rapports mensuels, le dernier jour du mois fiscal marque la fin de la période de 400 jours, ce qui se traduit par 30 jours de rétention supplémentaires.

### Conservation des données

Les données Explore sont conservées pendant 13 mois (400 jours). Vous pouvez créer des rapports avec des données sur les 13 derniers mois si le système Digital Analytics Explore a traité au moins 13 mois (400 jours) de données.

## Fonctions principales de Digital Analytics Explore

Explore contient des fonctions qui vous permettent d'analyser vos données et de créer des rapports facilitant votre activité.

Tableau 1 : Fonctions d'Explore

Fonction	Description
Rapports des meilleures pratiques	Où dois-je commencer ? Quel type d'analyse peut profiter immédiatement à mon entreprise ? Obtenez rapidement des détails sur les changements de canaux marketing, l'implication des visiteurs et les opportunités immédiates en analysant les nouveaux rapports standard des meilleures pratiques. Ces rapports s'appuient sur le zoom relationnel, la fonctionnalité de regroupement par catégories et la segmentation inter-session. Les rapports vous fournissent également des commentaires pour que vous puissiez exploiter au mieux les données.
Tableaux de bord	Je souhaite fournir à mon responsable un tableau de bord statique sur la campagne de 17 jours que nous avons réalisée le mois dernier. Je souhaite créer un tableau de bord avec tout le contenu filtré en fonction de mon secteur d'activité. Créez de manière flexible des tableaux de bord utilisant toute combinaison de rapports Digital Analytics Explore en ajoutant des rapports à une vue de tableau de bord. Vous pouvez également télécharger les rapports dans un bloc-notes Excel à plusieurs onglets qui consolide vos rapports les plus importants.
IBM Digital Analytics Lifecycle	Je dois comprendre le cycle de vie d'un client et ce qui motive les clients à passer à l'étape suivante. Je dois comprendre quelles étapes mes visiteurs ont déjà atteint et quels sont les campagnes, produits et contenu qui font évoluer les clients tout au long du cycle de vie.
Zoom relationnel	Pour chaque produit acheté, quels pays ont amené ces visiteurs sur mon site ? Par quels programmes marketing sont-ils passés ? Pour favoriser une exploration rapide de vos scénarios d'analyse, vous pouvez profiter des zooms relationnels. Cette fonction permet aux utilisateurs d'associer un ensemble de données à un ou plusieurs autres ensembles de données et de visualiser la mise à jour de l'écran à mesure que vous effectuez un zoom dessus.
Segmentation inter-session	Les visiteurs ayant effectué une recherche sur le mot clé "hôtels à San Francisco" retournent-ils sur le site à l'aide d'un mot clé plus spécifique (par exemple, "San Francisco Airport Holiday Inn") ? Utilisez le profil LIVE pour comprendre comment les actions des sessions précédentes influencent les activités des autres sessions et dates.
Analyse mobile	Avez-vous conçu votre site de sorte à prendre en charge les périphériques mobiles ? Devriez-vous ? Utilisez un ensemble de données d'analyse mobile et notamment des informations sur les périphériques mobiles et les porteuses mobiles. Corréléz ces informations pour comprendre entre autres le type de contenu visualisé, la provenance de ces utilisateurs et les sources marketing concernées.
Analyse inter-catégorie	Avez-vous besoin d'exécuter des rapports entre des zones de données ? Avez-vous par hasard besoin de consulter Promotions marketing et Géographies ensemble ou Recherche naturelle et Événements de conversion ? Vous pouvez créer des rapports à partir de toutes combinaisons de zones de données.
Comparer	A quoi dois-je prêter attention ? Quelles sont les principales actions ou anomalies ? Ajoutez un contexte à tout rapport récurrent en sélectionnant une plage de dates de comparaison. Vous pouvez ensuite comparer cette dernière à une autre plage de dates et voir le pourcentage de modification.

Tableau 1 : Fonctions d'Explore (a continué)

Fonction	Description
Informations de date	Le résultat d'une action ou d'un événement particulier est-il en hausse ou en baisse ? Annotez des dates ou des plages de dates avec des commentaires sur une campagne, une modification de conception de site ou d'autres informations pour aider les utilisateurs à mieux comprendre le contexte des fluctuations de données.
Nouveaux indicateurs, zones et critères	Quelle est la vitesse de la connexion de notre utilisateur standard ? Comment les visiteurs réguliers se comportent-ils sur notre site ? Utilisez des zones de données telles que la vitesse de connexion, le type de connexion, les périphériques mobiles et les réseaux mobiles, en plus des nouveaux critères de segment tels que les visiteurs nouveaux/réguliers, les sessions les plus importantes, les événements commencés, pour générer votre rapport.
Améliorations apportées à l'expérience utilisateur	Pour rendre l'application Digital Analytics Explore plus conviviale, les utilisateurs peuvent utiliser les options de gestion des filtres et des segments mises à jour, la possibilité de sélectionner les couleurs de leur choix dans l'écran Gérer, un écran d'administration/de gestion consolidé, un menu d'affichage remodelé à gauche, des options déroulantes d'affichage des rapports avec notamment le % du total et d'autres utilitaires.
Analyse des attributs	<p>Collectez, signalez, filtrez et segmentez les types suivants d'attributs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pages (par exemple, auteur, langue et recherche à facettes)</li> <li>• Produits (par exemple, marque et classement des utilisateurs)</li> <li>• Paniers (par exemple, couleur et taille)</li> <li>• Transactions (par exemple, temps d'attente de réservation et code promotionnel)</li> <li>• Eléments (par exemple, durée vidé ou emplacement de l'écran)</li> <li>• Evénements de conversion (par exemple, type d'enregistrement ou format de téléchargement)</li> </ul>
Génération de rapports isolée	<p>Limitez la génération de rapports à votre vision du monde. Par exemple, vous pouvez concevoir des rapports les zones suivantes seulement :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Votre unité d'activité (par exemple, Software Group)</li> <li>• Votre ligne de produits (par exemple, chaussures Reebok fabriquées en Chine),</li> <li>• Votre zone de contenu (par exemple, publications écrites par Smith, Jones ou Williams)</li> <li>• Autres zones à travers des filtres avancés</li> </ul>
Analyse relationnelle multidimensionnelle	Appliquez un segment multi-dimensionnel unique (par exemple, visiteurs provenant de Google, qui utilise un navigateur I.E. 7 et qui consultent la zone de contenu Sports) à chaque rapport ou comparez plusieurs segments côte à côte.
Regroupements à la demande	Créez des regroupements spécifiques (par exemple, les états du Midwest incluent le Michigan, l'Illinois, le Minnesota, le Wisconsin et l'Ohio). Utilisez ces regroupements pour une catégorisation appropriée de vos données, au lieu d'un fichier de définition de catégorie périmé ; utilisez-les aussi pour regrouper les données autrement que dans le reste de votre organisation.

Tableau 1 : Fonctions d'Explore (a continué)

Fonction	Description
Visualisations dynamiques	Explorez les rapports résultants sous forme de tables de données et de graphiques. Visualisez vos données dans différents graphiques (graphiques à barres, graphiques à bulles, diagramme à secteurs et graphiques de tendances (lignes)). Vous pouvez également choisir les lignes à représenter et réduire davantage les résultats en effectuant des recherches sur des chaînes pour assister à la mise à jour dynamique de la visualisation.
Accès restreint	Partagez de façon sélective les rapports avec des unités d'activité clés, des organisation tierces, etc. Vous pouvez conserver le rapport ou le partager avec tout le monde ou des groupes spécifiques.
Vitesse et évolutivité	Le traitement des rapports d'Explore est effectué dans une architecture serveur distribuée pour que les systèmes puissent évoluer afin d'offrir rapidement des rapports complexes sur d'importants fichiers de données. L'interface utilisateur repose sur la plateforme Flex d'Adobe afin d'assurer une réponse rapide à chaque sélection des utilisateurs.
Accès à un nombre illimité d'utilisateurs	Les organisations peuvent octroyer un accès à Digital Analytics Digital Analytics Explore à autant d'utilisateurs qu'elles le souhaitent, sans encourir de frais supplémentaires.
Exploration	Profitez de la possibilité qui vous est offerte de créer des centaines de rapports afin de faire des découvertes majeures, de tester des hypothèses et de piloter votre organisation par l'intermédiaires d'analyses.
Analyses multicanaux	Je souhaite une vue plus détaillée de mes clients et désire pouvoir évaluer l'efficacité des dépenses marketing en ligne sur les conversions réalisées à partir de mon site Web. Importez les données de transaction et d'inscription hors ligne pour créer des rapports qui combinent les activités et conversions en ligne avec les achats effectués par les clients dans vos magasins, par l'intermédiaire de votre centre d'appels ou via tous autres canaux hors ligne.

## Intégration de Digital Analytics Explore à IBM Tealeaf

Les utilisateurs Digital Analytics Explore et IBM Tealeaf peuvent effectuer des analyses croisées des données sur les comportements des visiteurs capturées séparément par les deux solutions.

Les fonctionnalités suivantes sont disponibles dans les environnements Digital Analytics Explore intégrés avec IBM Tealeaf:

### Analyse des segments Tealeaf dans Digital Analytics Explore

Utilisation de rapports Digital Analytics Explore pour analyser les données de session des visiteurs importées de IBM Tealeaf. Un segment Tealeaf se compose des valeurs d'identifiant de session et des métadonnées importées, notamment du nom de segment Tealeaf et de la plage de dates.

Les segments Tealeaf peuvent être enregistrés dans Explore via un lien direct dans l'interface utilisateur IBM Tealeaf CX. Les segments Tealeaf peuvent ensuite être utilisés dans les rapports Liste à plat, Hiérarchie, Comparaison de segments et Cycle de vie dans Explore.

### Exportation des données de session visiteur dans IBM Tealeaf

Vous pouvez exporter les données de session visiteur sous la forme d'un segment à partir d'un rapport Explore pour relire la session dans IBM Tealeaf.

### Concepts associés

[Segments IBM Tealeaf dans les rapports Digital Analytics Explore](#)

Vous pouvez utiliser les fonctions de génération de rapports de Digital Analytics Explore pour analyser les données de session visiteur importées depuis IBM Tealeaf. Un segment Tealeaf se compose des valeurs



d'identifiant de session et des métadonnées importées, notamment du nom de segment Tealeaf et de la plage de dates.

### Tâches associées

#### Exportation des données de session visiteur dans IBM Tealeaf

Vous pouvez exporter les données de session visiteur sous la forme d'un segment à partir d'un rapport Liste à plat, Hiérarchie, Groupes filtrés, Comparaison de segments ou Cycle de vie dans IBM Tealeaf. Les sessions visiteur exportées peuvent ensuite être relues dans IBM Tealeaf.

#### Ciblage de segments de visiteurs Cycle de vie dans d'autres applications

Vous pouvez cibler certains segments de visiteurs d'un rapport Cycle de vie dans IBM LIVEmail, IBM Campaign ou IBM Tealeaf.

## Configuration système requise

Pour exécuter les produits IBM Digital Analytics, vous devez utiliser des versions spécifiques de logiciels et de navigateurs et disposer d'une quantité suffisante de mémoire.

Vous devez disposer de la configuration système suivante :

- Logiciels : Adobe Flash Player V10 ou V11
- Navigateurs : Microsoft Internet Explorer, version 9 ou ultérieure. Mozilla Firefox, version 29 ou ultérieure. Chrome, version 34 ou ultérieure.
- Mémoire : 1 Go de RAM ou plus

## Accès à Digital Analytics Explore

Vous pouvez accéder à IBM Digital Analytics Explore directement ou à partir d'une autre application Digital Analytics.

Si votre compte est activé pour IBM Digital Analytics Explore, vous pouvez y accéder de deux façons :

- Si vous êtes déjà connecté à l'application IBM Digital Analytics, cliquez sur **Explore** dans le menu de navigation de l'en-tête. L'application s'ouvre et vous êtes automatiquement authentifié.
- Accédez à l'URL ayant été attribuée à votre organisation lors de la création de votre compte. Sur la page de connexion, entrez vos ID client, nom d'utilisateur et mot de passe, puis cliquez sur **Connexion**.

Si vous ne connaissez pas l'URL, contactez le support logiciel IBM.

## Affichage des rapports



La fenêtre Affichage est la première qui s'affiche lorsque vous accédez à Digital Analytics Explore.



Au départ, l'écran est vide. Sélectionnez le tableau de bord ou le rapport à afficher. Lorsque vous affichez un rapport, cette fenêtre se compose de trois panneaux.

Sous-fenêtre	Rubriques associées
Gauche	<u>Tableaux de bord, rapports et commentaires</u>
En haut à droite	<u>Graphique de rapport</u>
En bas à droite	<u>Grille de données</u>

Lorsque vous affichez un tableau de bord, cette fenêtre se compose de deux panneaux.




Sous-fenêtre	Rubriques associées
Gauche	<u>Tableaux de bord, rapports et commentaires</u>
Droite	<u>Rapports du tableau de bord</u>

Des curseurs de redimensionnement   apparaissent entre les sous-fenêtres pour que vous puissiez redimensionner ces dernières.

**Masquer**  et **Afficher**  permettent respectivement de masquer et d'afficher les sous-fenêtres vers lesquelles elles pointent.

## Tableaux de bord, rapports et commentaires

Le menu de gauche contient des options Tableaux de bord et Rapports extensibles, ainsi qu'une sous-fenêtre Commentaires, alimentée avec les informations sur le tableau de bord ou le rapport sélectionné.

Redimensionnez la sous-fenêtre des tableaux de bord et des rapports à l'aide des curseurs de redimensionnement   ou masquez-la à l'aide du bouton correspondant .


### Commentaires


La section Commentaires affiche les éventuels commentaires d'un rapport sélectionné.

### Affichage des tableaux de bord

Cette procédure permet d'afficher des tableaux de bord dans Digital Analytics Explore.

#### Procédure

1. Pour afficher des tableaux de bord, cliquez sur **Tableaux de bord** ; la liste des catégories de tableaux de bord s'ouvre.
2. Pour afficher les tableaux de bord d'une catégorie de tableaux de bord, cliquez sur  en regard du nom de la catégorie.


Les tableaux de bord de la catégorie sélectionnée sont affichés. Pour masquer les tableaux de bord d'une catégorie, cliquez sur  en regard du nom de la catégorie.


3. Cliquez sur le nom du tableau de bord pour afficher le tableau de bord et les rapports qu'il contient.

### Affichage des rapports

Cette procédure permet d'afficher des rapports dans Digital Analytics Explore.

#### Procédure

1. Cliquez sur **Rapports** ; la liste des catégories de rapports s'ouvre.
2. Pour afficher les rapports d'une catégorie de rapports, cliquez sur  en regard du nom de la catégorie.

Les rapports de la catégorie sélectionnée sont affichés. Pour masquer les rapports d'une catégorie, cliquez sur  en regard du nom de la catégorie.

3. Cliquez sur le nom du rapport pour afficher le [rapport](#).

## Mise à disposition des rapports Explore dans une autre application

Vous pouvez rendre un rapport Explore disponible dans une autre application IBM Digital Analytics Explore en créant un signet pour ce rapport. Les changements apportés au rapport dans Explore s'affichent dans le rapport lorsque les utilisateurs le consultent dans l'autre application.

### Avant de commencer

Vous devez appartenir à un groupe d'utilisateurs disposant du droit d'ajout de signets pour créer ou supprimer des signets. Vous ne pouvez pas créer de signets pour les tableaux de bord, ni les rapports Cycle de vie.


### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

La création d'un signet pour un rapport vous permet de le partager avec des utilisateurs qui n'ont pas accès à Explore. Vous pouvez restreindre l'accès à Explore aux utilisateurs chevronnés tout en mettant les

rapports à la disposition des utilisateurs moins avancés. Les rapports pour lesquels vous créez un signet sont affichés dans la liste des rapports de la sous-fenêtre de navigation latérale de l'application.

Vous pouvez créer des signets pour plusieurs rapports à la fois sur la page qui s'ouvre lorsque vous cliquez sur **Gérer > Rapports**.

### Procédure

1. Affichez le rapport pour lequel vous voulez créer un signet.
2. Cliquez sur l'icône Ajouter un signet ()  
Le menu des applications s'affiche.
3. Sélectionnez l'application dans laquelle vous voulez placer le signet.


## Exportation des données de session visiteur dans IBM Tealeaf

Vous pouvez exporter les données de session visiteur sous la forme d'un segment à partir d'un rapport Liste à plat, Hiérarchie, Groupes filtrés, Comparaison de segments ou Cycle de vie dans IBM Tealeaf. Les sessions visiteur exportées peuvent ensuite être relues dans IBM Tealeaf.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Servez-vous de cette procédure pour exporter les données de rapports Liste à plat, Hiérarchie, Groupes filtrés ou Comparaison de segments. Pour exporter les données Cycle de vie dans IBM Tealeaf, voir [«Ciblage de segments de visiteurs Cycle de vie dans d'autres applications»](#), à la page 63.

### Procédure

1. Ouvrez le rapport contenant les sessions à exporter.
2. Cliquez sur l'icône **Cible** ()  
3. Sélectionnez **IBM Tealeaf: Relire les sessions de segment dans IBM Tealeaf**.
4. Dans la fenêtre en incrustation, spécifiez les informations suivantes pour terminer le rapport :
  - a) Entrez un nom de segment ou acceptez le nom par défaut.
  - b) Si votre rapport inclut plusieurs colonnes d'affichage, choisissez la colonne à utiliser pour générer le segment.
  - c) Entrez une seule adresse e-mail pour y envoyer la notification lorsque l'exportation est terminée.
5. Cliquez sur **Exporter**.

### Concepts associés

[Intégration de Digital Analytics Explore à IBM Tealeaf](#)

Les utilisateurs Digital Analytics Explore et IBM Tealeaf peuvent effectuer des analyses croisées des données sur les comportements des visiteurs capturées séparément par les deux solutions.


## Utilisation des tableaux de bord

Vous pouvez créer ou supprimer des tableaux de bord et ajouter et réorganiser les rapports d'un tableau de bord à l'aide d'étapes spécifiques.

### Création d'un tableau de bord

Cette procédure permet de créer un tableau de bord dans Digital Analytics Explore.

### Procédure

1. Sélectionnez **Tableaux de bord** dans le menu de navigation de gauche.
2. Cliquez sur  ou sélectionnez **Actions > Créer un tableau de bord**.  
La fenêtre **Créer un tableau de bord** s'ouvre.

3. Entrez un nom de tableau de bord et sélectionnez une catégorie existante.

Pour créer une catégorie, sélectionnez **Nouvelle catégorie** dans le menu et entrez un nom de catégorie.

4. Cliquez sur **Ajouter un tableau de bord**.

### Résultats

Le nouveau tableau de bord est affiché.

### Que faire ensuite

Ajoutez des rapports au nouveau tableau de bord.



### Ajout de rapports lors de la consultation d'un tableau de bord

Cette procédure permet d'ajouter des rapports dans un tableau de bord existant.

### Avant de commencer

Le tableau de bord doit contenir des emplacement vacants pour que vous puissiez y ajouter des rapports.

### Procédure

1. Lors de la consultation du tableau de bord, cliquez sur  dans le coin supérieur droit ou sur  dans la colonne Tableaux de bord, à gauche de l'écran.

Les emplacements vacants affichent le texte *Faites glisser le rapport ici*.

2. Cliquez sur **Rapports** dans le menu de navigation de gauche et recherchez le rapport de votre choix.

3. Cliquez sur le rapport et faites-le glisser à l'emplacement souhaité.

Le rapport s'affiche à cet emplacement dans son format par défaut (diagramme à barres, diagramme circulaire ou graphique à bulles).

4. Cliquez sur **Enregistrer** en haut à droite.


### Ajout de rapports lors de la consultation d'un rapport

Cette procédure permet d'ajouter des rapports dans un tableau de bord lors de la consultation d'un rapport.

### Avant de commencer

Un rapport doit déjà être ouvert.

### Procédure

1. Cliquez sur  en haut à droite du rapport.


La fenêtre **Ajouter dans un tableau de bord** apparaît.

2. Sélectionnez l'une des options ci-après.

- **Ajouter dans un nouveau tableau de bord** pour créer un tableau de bord et y ajouter le rapport actuel. Entrez des noms significatifs pour les zones Catégorie du tableau de bord et Nom du tableau de bord, puis cliquez sur **Ajouter un tableau de bord**.

La catégorie de tableau de bord et un tableau de bord vide sont créés et ajoutés à la liste Tableaux de bord. Le rapport s'affiche lorsque vous ouvrez ce tableau de bord.

- **Ajouter dans un tableau de bord existant** pour ajouter le rapport dans une catégorie de tableaux de bord existante.

a. Cliquez sur le bouton  en regard d'une catégorie de tableaux de bord pour en afficher les tableaux de bord.

b. Cliquez sur le nom du tableau de bord auquel vous ajoutez le rapport.



## Réorganisation des rapports dans un tableau de bord

Cette procédure permet de réorganiser les rapports dans un tableau de bord.

### Avant de commencer

Pour commencer, un tableau de bord doit être ouvert.

### Procédure

1. Cliquez sur  dans le coin supérieur droit ou sur  dans la colonne Tableaux de bord, à gauche de l'écran.  
Les commandes de chaque rapport du tableau de bord sont affichées.
2. Cliquez sur **Cliquez ici pour faire glisser** et faites glisser le rapport au centre de l'emplacement souhaité du tableau de bord. S'il existe déjà un rapport à cet emplacement, les rapports permutent leur emplacement.


### Suppression d'un tableau de bord

Cette procédure permet de supprimer un tableau de bord.

### Avant de commencer

Vous devez afficher le tableau de bord à supprimer.




### Procédure

- Cliquez sur  dans la colonne Tableaux de bord, dans la partie gauche de l'écran.

## Modification du type de graphique

Vous avez le choix entre plusieurs types de graphique lors de l'affichage d'un rapport Digital Analytics Explore.

### Procédure

Cliquez sur l'icône appropriée pour sélectionner un graphique à barres () , un diagramme à secteurs () ou un graphique à bulles () . Appuyez sur **CTRL** et cliquez sur l'icône appropriée pour sélectionner plusieurs formats de graphique.

Chaque graphique n'affiche que les informations sur les lignes sélectionnées de la grille de données. Les valeurs des colonnes à afficher pour les lignes sélectionnées sont affichées à droite de chaque graphique.

Tableau 2 : Types de graphiques et remarques liées à leur utilisation




Icône du graphique	Remarques liées à l'utilisation du graphique
	<p>Pour un graphique à barres, l'axe des X (abscisse) est la première colonne sélectionnée lors de la création du rapport. Si votre rapport contient plusieurs indicateurs, vous pouvez en sélectionner un autre à afficher sur l'axe des Y, dans la liste située au dessus du graphique.</p> <p>Lorsque vous déplacez le curseur au dessus de chaque barre, les valeurs précises de la colonne affichée et de l'indicateur sélectionné sont affichées.</p> <p>Si vous avez sélectionné <b>Comparer</b>, les valeurs de la seconde période sont affichées à droite du graphique, dans une couleur plus claire.</p>

Tableau 2 : Types de graphiques et remarques liées à leur utilisation (a continué)

Icône du graphique	Remarques liées à l'utilisation du graphique
	<p>Pour un diagramme à secteurs, sélectionnez l'indicateur à utiliser dans la liste disponible. Si le rapport contient plusieurs indicateurs, vous pouvez basculer sur un autre indicateur à l'aide du menu des indicateurs.</p> <p>Lorsque vous placez le curseur sur un secteur du diagramme, sa valeur et le pourcentage de l'indicateur sont affichés.</p> <p>Si vous avez sélectionné <b>Comparer</b>, deux diagrammes à secteurs distincts sont affichés.</p> <p><b>Remarque :</b> Le diagramme à secteurs représente toujours toutes les lignes sélectionnées à 100 %, même si ces dernières ne constituent pas 100 % de votre fichier de données.</p>
	<p>Pour un graphique à bulles, des listes vous permettent de sélectionner les indicateurs de l'axe des X et de l'axe des Y, ainsi que l'indicateur à utiliser pour la taille des bulles. Les graphiques à bulles ne sont disponibles que si vous avez sélectionné plusieurs indicateurs.</p> <p>Lorsque vous placez le curseur sur chaque bulle, la valeur précise de chaque indicateur est indiquée.</p> <p>Si vous avez sélectionné <b>Comparer</b>, les bulles de la seconde période sont reliées avec des lignes en pointillés d'une couleur plus claire.</p>

Par défaut, les dix premières lignes sont représentées dans un graphique à barres ou, dans le cas d'un rapport Groupes filtrés, chaque groupe est représenté. Pour modifier les lignes ou le nombre de lignes, voir les paramètres décrits dans [Grille de données](#).

## Commandes de l'en-tête de rapport

Digital Analytics Explore consigne les commandes d'affichage que vous pouvez utiliser pour modifier le rapport.

Tableau 3 : Commandes de rapport dans Digital Analytics Explore






Icône dans l'image	Description
 or 	Indique si le rapport a été créé pour utiliser toutes les données ou un échantillon de données.
	Affiche le graphique sous forme de <u>rapport</u> ou de <u>vue des tendances</u> .
	Ouvre la fenêtre Paramètres du rapport. (Vous obtenez le même effet en cliquant sur le calendrier.) Pour les rapports récurrents, vous définissez la période ou le nombre de périodes pour lesquelles vous souhaitez afficher les tendances, si nécessaire. Pour un rapport ponctuel, cette commande affiche les données du rapport.
	Cliquez pour régénérer la liste des rapports.

Tableau 3 : Commandes de rapport dans Digital Analytics Explore (a continué)











Icône dans l'image	Description
	<p>Période utilisée pour les données. Pour un rapport récurrent, le rapport utilise par défaut la dernière période traitée et vous pouvez sélectionner la période affichée dans une liste.</p> <p><b>Remarque :</b> La zone de comparaison et le deuxième bouton de date ne sont pas affichés pour les rapports ponctuels.</p>
	<p>Cocher cette case exécute une comparaison entre deux périodes. Les rapports ponctuels n'affichent pas de deuxième date.</p> <p>Cliquez pour exécuter un rapport complet à partir d'un rapport d'échantillonnage. Cette action renvoie le rapport actuel sur Toutes les données et consomme un crédit de rapport (Ensemble de données complet) supplémentaire. Le nouveau rapport est enregistré dans le même dossier de rapport que le rapport actuel et le suffixe " - Toutes les données" est ajouté au nom du rapport.</p>
	<p><u>(Vue Rapport)</u> Affiche un menu de méthodes permettant de cibler les visiteurs sélectionnés.</p> <p>Si vous êtes activé dans IBM Campaign et avez accès à Export, vous pouvez cibler des utilisateurs ou des segments via IBM Campaign.</p> <p>Le choix d'une méthode ouvre une fenêtre avec les options que vous devez configurer pour cette méthode.</p>
	<p>Cliquez pour créer un signet dans une application pour ce rapport ou supprimer un signet existant. Sélectionnez l'application sous <b>Ajouter un signet dans</b> ou <b>Supprimer un signet de</b> dans la barre de menus qui s'ouvre en cliquant sur l'icône.</p>
	<p>Indique que les paramètres du rapport actuel comprennent un filtre. Cliquer sur cette icône affiche les paramètres du rapport.</p>

Tableau 3 : Commandes de rapport dans Digital Analytics Explore (a continué)

Icône dans l'image	Description
	<p>Envoie un rapport déjà configuré par e-mail à une liste de distribution et peut inclure des paramètres de distribution plus avancés. La fréquence du rapport détermine celle des e-mails envoyés. Un rapport ponctuel est distribué "instantanément et une seule fois". Vous pouvez configurer un rapport quotidien de sorte qu'il soit distribué "instantanément et une seule fois", "tous les jours", "toutes les semaines" ou "tous les mois". Vous pouvez configurer l'envoi hebdomadaire d'un rapport "instantanément et une seule fois" ou "toutes les semaines". Vous pouvez configurer l'envoi mensuel d'un rapport "instantanément et une seule fois" ou "tous les mois". Vous pouvez configurer l'envoi d'un rapport en direct "instantanément et une seule fois".</p> <p>Pour tous les types de rapport, à l'exception des rapports en direct, vous pouvez éventuellement sélectionner le nombre de périodes à inclure. Par exemple, vous pouvez souhaiter envoyer un rapport toutes les semaines et qu'il contienne la granularité des sept derniers jours. Vous pouvez également choisir de distribuer uniquement les lignes sélectionnées ou toutes les lignes et de spécifier Excel ou CSV comme type de pièce jointe. Si vous configurez un rapport sur une base récurrente (non instantanément et une seule fois), vous pouvez éditer, supprimer ou arrêter l'e-mail en cliquant sur <b>Gérer les e-mails</b>.</p>
	<p>(Vue Tendance uniquement) Ouvre la fenêtre <b>Ajouter une information de date</b>, pour que vous puissiez annoter la vue des tendances. Cette commande n'est disponible que dans la Vue des tendances.</p>
	<p>Ouvre la fenêtre Ajouter dans un tableau de bord, pour que vous puissiez ajouter le rapport actuel à un tableau de bord.</p>
	<p>Télécharge la grille de données d'un rapport. Sélectionnez Excel, CSV ou PNG pour spécifier le format de téléchargement. Les diagrammes ne sont pas inclus dans les téléchargements au format Excel ou CSV. Le téléchargement Excel inclut les métadonnées du rapport (par exemple, les critères de filtres et de segments appliqués).</p>
	<p>Ouvre la boîte de dialogue du navigateur standard pour l'impression des pages Web.</p>




**Remarque :** Les rapports en direct incluent également une icône Actualiser  à droite de l'icône Imprimer, qui actualise les données en temps réel affichées dans le rapport.



## Commandes de la liste Rapports

La liste Rapports à gauche de l'écran contient des icônes permettant de contrôler les rapports.

Tableau 4 : Commandes de la liste Rapports

Icône	Description
	Créer un nouveau rapport : cette commande permet d'ouvrir la boîte de dialogue <b>Créer un nouveau rapport</b> .
	<p>Si vous êtes le créateur du rapport ou que vous êtes administrateur, cette commande permet d'ouvrir la boîte de dialogue <b>Editer le rapport</b> du rapport. Les paramètres du rapport que vous ne pouvez pas éditer sont désactivés.</p> <p>Les modifications de rapports ponctuels ou de rapports récurrents arrêtés ne sont pas retraitées. Vous ne pouvez éditer que le nom du rapport, la catégorie du rapport et les commentaires. Pour des modifications plus importantes, utilisez <b>Enregistrer sous</b>.</p> <p>Les modifications apportées à un rapport récurrent actif sont reflétées dans les nouvelles exécutions du rapport, mais elles ne modifient pas les rapports traités antérieurement.</p> <p>Les modifications apportées aux rapports en direct sont appliquées lors de l'actualisation des résultats du rapport. Vous pouvez éditer n'importe quel paramètre d'un rapport en direct.</p>
	Supprime le rapport sélectionné.

## Paramètres du rapport

Cette fenêtre s'affiche lorsque vous cliquez sur **Paramètres du rapport**.

Le contenu de la fenêtre dépend du type de rapport que vous visualisez.

### Rapports ponctuels

Pour un rapport ponctuel, la fenêtre affiche les détails du rapport et les commentaires des utilisateurs.

### Rapports récurrents

En plus des détails et commentaires des rapports, la fenêtre inclut un calendrier. Vous pouvez sélectionner une autre période de rapport dans ce calendrier.

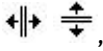


### Tendance

En plus des détails et commentaires des rapports, la fenêtre inclut un calendrier. Vous pouvez sélectionner le nombre de périodes de rapport à couvrir par cette tendance et la dernière période incluse.

Cliquez sur **Modifier** pour accepter les modifications apportées et retourner à la fenêtre des visiteurs ou sur **Annuler** pour fermer la fenêtre sans apporter de modifications.

## Grille de données

La grille de données affiche les données du rapport dans un tableau.

La grille de données du rapport sélectionné est affichée initialement dans la sous-fenêtre inférieure droite, mais elle peut être redimensionnée à l'aide des curseurs de redimensionnement , masquée à l'aide du bouton correspondant  ou étendue à toute la sous-fenêtre à l'aide du bouton de développement .


Vous pouvez contrôler les informations de la grille de données à l'aide des diverses commandes et options de la grille.

- Les cases à cocher permettent de sélectionner les lignes à afficher dans le graphique de rapport. Lorsqu'elle est cochée, la case affiche la couleur de la barre, du secteur ou de la bulle correspondant dans le graphique. Vous pouvez également utiliser le menu déroulant du premier en-tête de colonne pour afficher les 5, 10 ou 20 premières lignes, au lieu de cocher chaque case.
- **Filtre de recherche** restreint les lignes affichées à celles contenant une chaîne spécifiée. Le texte entré est recherché dans toutes les colonnes d'affichage.
- Si **Comparer** est sélectionné, deux colonnes supplémentaires sont affichées pour chaque indicateur. L'une affiche la valeur de la seconde période et l'autre, le pourcentage de modification entre les deux périodes.
- Cliquez sur la flèche dans l'en-tête de chaque colonne et indicateur de la grille de données (y compris pour les colonnes des indicateurs de comparaison et des pourcentages de modification) pour effectuer un tri en fonction de la colonne sélectionnée. Le tri peut être effectué dans l'ordre croissant ou décroissant.
- Utilisez le menu déroulant du premier en-tête de colonne pour afficher tous les résultats ou uniquement les 5, 10 ou 20 premiers résultats du menu de la première colonne.

Les fonctionnalités d'affichage de chaque rapport sont différentes.

### Rapports de type Liste à plat

Pour les rapports de type Liste à plat, une ligne est affichée pour chaque combinaison de colonnes d'affichage sélectionnée lors de la création du rapport et une ligne de totaux est affichée au début de la grille. Les colonnes sont affichées pour chaque indicateur sélectionné.

Si vous avez créé des zooms relationnels pour un rapport de type Liste à plat, chaque ligne qui contient des données relationnelles contient un bouton Loupe  pour chaque combinaison de colonnes d'affichage. Cliquez sur ce bouton pour ouvrir le zoom relationnel correspondant.

### Rapports hiérarchiques

Pour les rapports hiérarchiques, une ligne est affichée pour chaque valeur de la première colonne d'affichage. Vous pouvez développer une ligne pour afficher les valeurs associées de la deuxième colonne d'affichage. S'il existe plus de deux colonnes d'affichage, vous pouvez développer une ligne secondaire pour afficher les valeurs associées des colonnes d'affichage supplémentaires. Vous pouvez développer ou réduire les lignes en cliquant sur **+** ou **-**, respectivement.

### Rapports Groupes filtrés

Pour les rapports Groupes filtrés, une ligne est affichée pour chaque groupe possédant des colonnes pour un indicateur sélectionné. Vous pouvez développer ou réduire les lignes en cliquant sur **+** ou **-**, respectivement.

### Rapports Comparaison des segments

Pour les rapports Comparaison des segments, une ligne est affichée pour chaque période de reporting contenant des colonnes pour chaque segment sélectionné lors de la création du rapport.

### Rapports Lifecycle


Pour les rapports Lifecycle, une grille de données apparaît lorsque vous effectuez un zoom sur une étape ou un segment de fonction de migration.

### Rapports en direct

Pour les rapports en direct, une ligne est affichée pour chaque combinaison de colonnes d'affichage sélectionnée lors de la création du rapport. Les colonnes sont affichées pour chaque indicateur sélectionné.

Par défaut, les rapports en direct utilisent le jour en cours. Vous pouvez sélectionner uniquement des jours individuels au cours des huit derniers jours pour l'affichage de données en temps réel.

## Vue des tendances

Pour les rapports quotidiens, hebdomadaires ou mensuels, le bouton Tendances  est activé et fourni comme option dans le menu Rapport. La vue des tendances affiche une ligne par date, ce qui vous

permet de représenter un indicateur sélectionné dans le temps, en affichant les totaux par période ou les totaux cumulés.

Si votre rapport contient plusieurs indicateurs, vous pouvez basculer sur un autre indicateur à l'aide du menu des indicateurs. Vous pouvez éventuellement afficher le graphique des tendances sous forme de tendance cumulée en sélectionnant l'option de cumul dans la partie supérieure de la page des tendances.

Dans la vue des tendances, vous pouvez :

- Sélectionner le nombre de périodes et la période de fin dans la fenêtre [Paramètres du rapport](#).
- Sélectionner l'indicateur à représenter, dans la liste la plus à gauche.
- Sélectionnez le type de tendance, standard ou cumulée, dans la liste la plus à droite.

La vue des tendances prend également en charge les [annotations](#) pour tous les rapports, à l'exception des rapports en direct.

Pour les rapports en direct, la vue des tendances affiche des données en temps réel pour chaque heure du jour en cours. Les rapports utilisent par défaut le jour en cours ; vous pouvez également sélectionner d'autres jours individuels au cours des huit derniers jours.

### **Comparaison de vues des tendances pour les rapports en direct**

Les rapports en direct vous permettent de comparer les tendances horaires du jour sélectionné avec un autre jour. Cochez la case correspondant à la seconde période dans l'en-tête du rapport et sélectionnez un jour à l'aide de la fenêtre Paramètres du rapport. Vous pouvez choisir un type de tendance standard ou cumulative pour afficher la comparaison.

## **Comparaison de périodes**

Dans un rapport récurrent ou Live, vous pouvez sélectionner une deuxième période à des fins de comparaison.

### **Pourquoi et quand exécuter cette tâche**

Pour les rapports Live, vous pouvez comparer les périodes dans la vue Tendance. Pour les autres rapports récurrents, sélectionnez la vue Rapport pour comparer les périodes.

### **Procédure**

Dans un rapport récurrent ou Live, cochez la case **Comparer** dans la zone Période B au-dessus du graphique du rapport.

Le graphique affiche les résultats des deux périodes. Chaque période est libellée A et B, et les secteurs du graphique correspondant à la deuxième période sont affichés dans une couleur plus claire. La grille de données affiche les colonnes des deux périodes.

## **Ajout d'annotations à un rapport**

La fonction Annotation permet de marquer les événements importants (par exemple, les congés, les campagnes, les saisons ou les occurrences inhabituelles) sur les graphiques de tendances affichés dans Digital Analytics Explore.





### **Pourquoi et quand exécuter cette tâche**

Cette opération peut porter sur une date précise ou sur une période. Vous pouvez publier les annotations de sorte qu'elles soient visibles par tous les utilisateurs ou uniquement à partir de votre compte.


Vous pouvez également choisir d'afficher les annotations que vous avez configurées en cochant **Mes informations** ou d'afficher les annotations configurées par les autres utilisateurs en cochant **Informations partagées**.

Lorsque vous placez le curseur sur un bouton d'annotation, les détails sur l'événement sont affichés ; vous pouvez également éditer ou supprimer l'annotation.

La [Tableau 5](#), à la page 16 répertorie les couleurs des annotations et leur signification.

Icône	Couleur	Signification
	Violet	La date de début de l'annotation est antérieure à la première date incluse dans la vue des tendances
	Rouge	Annotation portant sur un jour précis
	Bleu	Annotation portant sur plusieurs jours. La période de l'annotation est indiquée en bleu pâle. Si plusieurs périodes se chevauchent, le chevauchement est représenté dans un bleu plus foncé.
	Double	Plusieurs annotations ont été ajoutées avec la même date de début. Cliquez sur cette annotation pour afficher les détails de toutes les annotations possédant la même date de début.

### Procédure




Cliquez sur le bouton d'annotation () en haut à droite d'une vue des tendances pour afficher la fenêtre Ajouter une information de date.

Vous pouvez également configurer des annotations dans l'écran Annotation Management.

## Création de rapports Digital Analytics Explore

Choisissez un type de rapport disponible pour générer un nouveau rapport Digital Analytics Explore : Liste à plat, hiérarchiques, Groupes filtrés, Comparaison de segments, Lifecycle (utilisateurs avec licence) et Live.

Pour accéder à la page Créer un rapport, cliquez sur **Créer un nouveau rapport** dans la sous-fenêtre de navigation latérale. Puis cliquez sur **Générer** pour accéder à la page de configuration du type de rapport sélectionné. Utilisez les onglets de la page pour configurer le rapport. Les onglets marqués d'un astérisque (\*) sont requis pour l'achèvement du rapport.

Pour tous les onglets, des exemples de table illustrant les colonnes et les indicateurs sélectionnés sont affichés dans la partie supérieure de l'écran. Ils peuvent être masqués en cliquant sur l'icône , affichés en cliquant sur l'icône  ou redimensionnés à l'aide de l'icône de redimensionnement .

Une fois que vous avez configuré les paramètres de votre rapport, cliquez sur **Soumettre**. Si la configuration est valide, un message vous indique que le rapport a été sauvegardé et soumis. Une fois générés, les rapports Liste à plat, Hiérarchie, Groupes filtrés et Comparaison de segments sont accessibles à partir de l'onglet Rapports dans la sous-fenêtre de navigation latérale. Les rapports en direct et les rapports Cycle de vie sont accessibles à partir des onglets Rapports en direct et Cycles de vie. Tous les rapports sont accessibles à partir de l'onglet Gérer.

### Segments ou filtres ?

La suprématie de Digital Analytics Explore repose en grande partie sur ses fonctionnalités de segmentation et de filtrage flexibles.

#### Quelle est la différence entre un segment et un filtre ?

Un filtrer limite un rapport aux lignes qui correspondent exactement à vos critères, tandis qu'un segment limite le rapport aux sessions qui correspondant à vos critères. Supposons par exemple que trois sessions ont eu lieu sur votre site aujourd'hui :

- La session 1 a visité ACCUEIL, puis SPORTS, puis ACCUEIL avant de sortir.
- La session 2 a visité ACCUEIL, puis ENTREPRISE, puis SPORTS, puis ENTREPRISE avant de sortir.
- La session 3 a visité ACCUEIL, puis ENTREPRISE avant de sortir.

Un résultat de l'activité ressemble à la [Tableau 6](#), à la page 17.

*Tableau 6 : Exemple de l'activité totale du site*

Page	Sessions	Pages vues
TOTAL	3	9
ACCUEIL	3	4
SPORTS	2	2
ENTREPRISE	2	3

Si vous appliquez le filtre Page contient Sports, vous prenez également en compte les lignes qui satisfont votre critère et le rapport ressemble à la [Tableau 7](#), à la page 17.

*Tableau 7 : Exemple d'activité filtrée pour sports*

Page	Sessions	Pages vues
TOTAL	2	2
SPORTS	2	2

Si vous appliquez le segment Page contient Sports, vous prenez en compte toutes les sessions qui satisfont vos critères et obtenez des résultats de la session 1 et de la session 2 (mais pas de la session 3), comme illustré dans la [Tableau 8](#), à la page 17.

*Tableau 8 : Exemple d'activité segmentée pour sports*

Page	Sessions	Pages vues
TOTAL	2	7
ACCUEIL	2	3
SPORTS	2	2
ENTREPRIS E	1	2

Utilisez un filtre pour personnaliser vos rapports en fonction de vos attentes (par exemple, uniquement les articles écrits par Smith ou uniquement les produits de la marque Reebok). Toute ligne de données de l'ensemble des résultats satisfait vos critères de filtre.

Utilisez un segment pour :

- Effectuer une analyse relationnelle (par exemple, parmi ceux qui arrivent via nos campagnes par e-mail et qui consultent trois pages ou plus au cours de leur session, qui effectue quels événements de conversion ?)
- Comprendre les affinités (par exemple, ceux qui consultent des produits de notre catégorie Pêche consultent également quelles autres catégories de produits au cours de leur session ?)
- Comprendre les personas des visiteurs (par exemple, Visiteurs engagés versus Adeptes de Google versus Amateurs de sports)

## Considérations liées au type de rapport

- Pour les rapports Liste à plat, vous pouvez éventuellement appliquer à la fois un filtre et un segment.
- Pour les rapports Groupes filtrés, utilisez des filtres pour créer jusqu'à dix groupes par rapport et appliquer éventuellement un rapport.
- Pour les rapports Comparaison des segments, les filtres ne sont pas applicables et vous ne pouvez inclure que jusqu'à dix segments dans vos rapports.
- Les segments ne sont pas disponibles pour les rapports en direct.
- Les segments IBM Tealeaf ne peuvent être utilisés que dans des rapports de type Liste à plat, Hiérarchie, Comparaison de segments ou Cycle de vie à exécution unique (ces rapports s'exécutent instantanément et une seule fois).

## Concepts associés

### Indicateurs personnalisés

Un indicateur personnalisé est un indicateur défini par l'utilisateur à partir d'un indicateur standard ou d'une zone d'attribut. Vous pouvez définir trois types d'indicateurs personnalisés : des indicateurs de segment, des indicateurs de filtre et des indicateurs d'attribut. Vous pouvez aussi utiliser la fonction d'indicateurs personnalisés pour créer un alias d'un indicateur standard avec un nom personnalisé.

### **Segments IBM Tealeaf dans les rapports Digital Analytics Explore**

Vous pouvez utiliser les fonctions de génération de rapports de Digital Analytics Explore pour analyser les données de session visiteur importées depuis IBM Tealeaf. Un segment Tealeaf se compose des valeurs d'identifiant de session et des métadonnées importées, notamment du nom de segment Tealeaf et de la plage de dates.

Vous ne pouvez utiliser les segments Tealeaf que dans les rapports de type liste à plat, hiérarchiques, de comparaison de segments ou de cycle de vie qui ne sont exécutés qu'une seule fois, sans données de zoom relationnel. Pour utiliser un segment Tealeaf dans un rapport, au moins une date de la plage de dates du segment Tealeaf doit se trouver dans la plage de dates du rapport. Si aucune des dates du segment Tealeaf n'est comprise dans la plage de dates du rapport, le segment ne peut pas être sélectionné pour le rapport. Le rapport renvoie des données uniquement pour la plage de dates du segment.

Les segments Tealeaf sont répertoriés dans la catégorie Tealeaf de la page Segments (**Gérer > Segments**). Vous ne pouvez pas éditer le segment Tealeaf importé dans Explore.

Pour plus d'informations sur l'exportation des identifiants de session IBM Tealeaf vers Digital Analytics, voir Exportation des données de session dans le manuel d'utilisation *IBM Tealeaf cxImpact*.

## Concepts associés

### Intégration de Digital Analytics Explore à IBM Tealeaf

Les utilisateurs Digital Analytics Explore et IBM Tealeaf peuvent effectuer des analyses croisées des données sur les comportements des visiteurs capturés séparément par les deux solutions.

## Indicateurs calculés

Un indicateur calculé dans Digital Analytics Explore est un indicateur défini par l'utilisateur qui comprend une formule construite à partir d'un ou de plusieurs indicateurs, opérateurs ou constantes. Vous pouvez inclure des indicateurs calculés dans les rapports suivants : Liste à plat, hiérarchiques, Groupes filtrés, Comparaison de segments et Cycle de vie. Les indicateurs calculés ne sont pas disponibles pour les rapports en direct.

Vous pouvez créer des indicateurs calculés et les ajouter à un rapport uniquement lorsque vous générez ou éditez un rapport. Pour des détails, voir les rubriques pour le type de rapport généré.

Vous pouvez éditer, copier ou supprimer des indicateurs calculés lorsque vous générez ou éditez un rapport ou via la page **Gérer > Indicateurs calculés**. Pour plus d'informations sur les indicateurs calculés, voir «[Indicateurs calculés](#)», à la page 70.

Vous pouvez utiliser des indicateurs calculés sur n'importe quel onglet de génération de rapports qui vous permet d'ajouter des indicateurs à un rapport. Reportez-vous aux rubriques décrivant le type de rapport que vous générez pour en savoir plus sur l'accès à ces onglets et leur utilisation.

**Remarque :** Un indicateur calculé basé sur un indicateur d'attribution des clics peut impliquer un temps de traitement plus long.

### Instructions pour utiliser des indicateurs calculés

Les directives suivantes s'appliquent lors de l'utilisation d'indicateurs calculés.

- Certains onglets de génération de rapports, y compris Colonnes et indicateurs, Zoom relationnel et Zoom, exigent que vous sélectionniez une ou plusieurs colonnes à afficher avant de pouvoir utiliser les indicateurs calculés. Une fois ces colonnes sélectionnées, l'onglet Calculé affiche les indicateurs calculés existants qui n'utilisent que les indicateurs standard disponibles et pouvant être appliqués aux colonnes d'affichage sélectionnées. En outre, les indicateurs disponibles pour créer des formules d'indicateurs calculés correspondent uniquement aux indicateurs pouvant s'appliquer aux colonnes sélectionnées.
- Les constantes d'une formule d'indicateur calculé peuvent être des nombres entiers ou décimaux.
- Si des erreurs dans la formule aboutissent à une expression non valide, une erreur s'affiche. Vous devez remédier à toutes les erreurs avant de pouvoir enregistrer l'indicateur calculé.
- Un indicateur calculé peut être édité ou supprimé uniquement par l'utilisateur l'ayant créé ou par un administrateur.
- Si vous éditez un indicateur calculé utilisé par un rapport, les modifications ne sont appliquées qu'aux rapports non traités. La nouvelle formule de l'indicateur est appliquée aux rapports ultérieurs ; les rapports Explore récurrents ne sont pas retraités pour utiliser le nouvel indicateur. Les rapports existants pour des dates passées continuent d'afficher des valeurs reposant sur la formule d'origine de l'indicateur calculé.
- Si vous tentez de supprimer un indicateur calculé utilisé par un rapport, un message avec tous les rapports utilisant l'indicateur calculé s'affiche. Les rapports utilisant l'indicateur calculé doivent être supprimés avant de pouvoir supprimer l'indicateur calculé.

### Indicateurs personnalisés

Un indicateur personnalisé est un indicateur défini par l'utilisateur à partir d'un indicateur standard ou d'une zone d'attribut. Vous pouvez définir trois types d'indicateurs personnalisés : des indicateurs de segment, des indicateurs de filtre et des indicateurs d'attribut. Vous pouvez aussi utiliser la fonction d'indicateurs personnalisés pour créer un alias d'un indicateur standard avec un nom personnalisé.

Vous pouvez utiliser un indicateur standard ou une zone d'attribut comme base pour un indicateur personnalisé. Vous ne pouvez pas utiliser un indicateur calculé ou tout autre indicateur personnalisé comme base pour un indicateur personnalisé.

Allez à la page **Gérer > Indicateurs personnalisés** pour créer, éditer, copier et supprimer des indicateurs personnalisés.

#### Indicateurs de segment

Un indicateur de segment renvoie uniquement des données pour les sessions respectant la définition d'un segment. Par exemple, vous pouvez appliquer un segment à l'indicateur standard Ventes/Session limitant les résultats aux sessions d'utilisateurs de périphériques mobiles. La logique de segmentation est uniquement appliquée à l'indicateur de base sélectionné, et non au rapport entier.

Vous pouvez créer un segment ou en sélectionner un existant. Les segments créés quand vous définissez un indicateur personnalisé peuvent aussi s'appliquer aux rapports sans indicateur personnalisé.

**Remarque :** Les restrictions suivantes s'appliquent aux indicateurs personnalisés :

- Vous ne pouvez pas ajouter un segment contenant des critères intersession ou d'enregistrement à un indicateur personnalisé.

- Si un rapport contient un indicateur personnalisé segmenté, il ne peut pas aussi inclure un segment utilisant des critères intersession ou d'enregistrement.
- Vous ne pouvez pas ajouter un segment multicanal à un indicateur personnalisé.

### Indicateurs de filtre

Un indicateur de filtre renvoie uniquement des données d'indicateur correspondant à la définition de filtre. Par exemple, vous pouvez utiliser l'indicateur standard Vues de page pour créer un indicateur personnalisé limitant les résultats à une catégorie de pages (par exemple, électronique). La logique de filtrage est uniquement appliquée à l'indicateur de base, et non à la totalité du rapport.

Vous pouvez créer un filtre ou en sélectionner un existant. Les filtres que vous pouvez créer quand vous définissez un indicateur personnalisé peuvent aussi s'appliquer à des rapports sans utiliser d'indicateur personnalisé.

### Indicateurs d'attribut

Un indicateur d'attribut repose sur les valeurs d'une zone d'attribut. Par exemple, si votre site est configuré pour collecter le nom de l'auteur comme un attribut de balise de vue de page, vous pouvez sélectionner cet attribut pour générer un indicateur tel que "Vues de page - Smith". Les indicateurs d'attribut offrent des options de calcul différentes, selon si l'attribut sélectionné est de type texte ou numérique. Vous ne pouvez pas appliquer un segment ou un filtre à un indicateur d'attribut.

Une zone d'attribut doit recevoir un alias dans la console d'administration pour être utilisée dans des définitions d'indicateurs personnalisés. Les zones d'attribut peuvent se baser sur des balises ou des données importées.

### Ajout d'indicateurs personnalisés à des rapports

Utilisez des indicateurs personnalisés dans les rapports Liste à plat, Hiérarchie et Cycle de vie. Les indicateurs personnalisés ne sont pas pris en charge pour les rapports Groupes filtrés, Comparaison de segments et Live.

Vous pouvez ajouter des indicateurs personnalisés à un rapport depuis n'importe quel onglet de génération de rapports servant à ajouter des indicateurs à un rapport. Pour des détails, voir les rubriques pour le type de rapport généré.

**Remarque :** Un indicateur personnalisé basé sur un indicateur d'attribution des clics peut impliquer un temps de traitement plus long.

### Concepts associés

Segments ou filtres ?

La suprématie de Digital Analytics Explore repose en grande partie sur ses fonctionnalités de segmentation et de filtrage flexibles.

Indicateurs personnalisés

Sélectionnez **Gérer > Indicateurs personnalisés** dans la sous-fenêtre de navigation latérale pour accéder à la page Indicateurs personnalisés, dans laquelle créer, éditer, copier et supprimer des indicateurs personnalisés.

Attributs

Les attributs dans Digital Analytics Explore décrivent le contenu servi de telle manière qu'ils permettent de déterminer la façon dont le visiteur d'un site Web est arrivé sur une page particulière.

## Indicateurs d'attribution des clics

Les indicateurs d'attribution des clics se servent de la logique d'attribution marketing pour permettre la conversion de vos initiatives marketing. Utilisez ces indicateurs dans des rapports Digital Analytics



Explore pour évaluer comment vos programmes marketing contribuent à des conversions en aval lors d'une plage de temps spécifiée.

Digital Analytics Explore prend en charge l'attribution vers l'arrière, qui remonte à partir d'un événement de conversion et attribue un crédit à vos initiatives marketing selon la logique définie dans la configuration de la fenêtre d'attribution.

Les fenêtres d'attribution doivent être définies dans la page Paramètres d'attribution de la console d'administration pour que les indicateurs d'attribution des clics soient disponibles dans les rapports. Pour des détails sur la console d'administration, voir *IBM Digital Analytics - Guide d'administration*.

Vous pouvez combiner des indicateurs d'attribution des clics et d'autres indicateurs standard, des indicateurs calculés et des indicateurs personnalisés dans un même rapport. Les utilisateurs autorisés du module Attribution d'impression peuvent combiner une attribution d'impression et des indicateurs d'attribution des clics dans un même rapport. Vous pouvez aussi utiliser un indicateur d'attribution des clics comme indicateur de base d'un indicateur personnalisé ou calculé.

### Concepts associés

«Module Attribution d'impression», à la page 76

Le module Attribution d'impression permet de comprendre les indicateurs clé associés à l'attribution marketing et d'établir une corrélation entre le comportement sur site des visiteurs et les campagnes qu'ils ont suivies. Il est ainsi possible de déterminer qu'elles impressions marketing influencent les conversions en aval et donc dans quelles activités de valorisation de la marque vous devez investir.

### Fenêtres d'attribution

Digital Analytics Explore utilise une période spécifiée, appelée fenêtre d'attribution, pour encourager des initiatives marketing. La durée de ces fenêtres est variable selon votre cycle métier. Digital Analytics Explore prend en charge les fenêtres d'attribution vers l'arrière de 1-120 jours de durée.

Digital Analytics Explore et IBM Digital Analytics utilisent les mêmes configurations de fenêtres d'attribution vers l'arrière que celles définies dans la console d'administration. Digital Analytics Explore ne prend pas en charge les fenêtres d'attribution vers l'avant. Les fenêtres d'attribution vers l'arrière sont uniquement déployées vers IBM Digital Analytics.

### Logique d'attribution

La configuration de fenêtres d'attribution détermine aussi la logique utilisée par un indicateur d'attribution des clics. Trois types de logique d'attribution des clics peuvent être définis :

- Les attributs de **premier clic** s'appliquent à la première source marketing dans la fenêtre d'attribution.
- Les attributs de **dernier clic** s'appliquent à la dernière source marketing dans la fenêtre d'attribution.
- Les attributs de **clics moyens** s'appliquent à toutes les sources dans la fenêtre d'attribution.

Pour plus d'informations sur les modèles d'attribution des clics, voir la section sur les fenêtres d'attribution marketing dans le document *IBM Digital Analytics - Meilleures pratiques*.

### Modifications apportées aux fenêtres d'attribution

Si une fenêtre d'attribution est modifiée dans la console d'administration, tous les indicateurs d'attribution des clics utilisant cette fenêtre sont mis à jour pour utiliser la nouvelle fenêtre. L'ancienne fenêtre devient inactive.

Les rapports récurrents utilisant ces indicateurs d'attribution des clics sont automatiquement mis à jour pour utiliser la nouvelle fenêtre. Les rapports utilisant des indicateurs calculés basés sur des indicateurs d'attribution ayant mis à jour des fenêtres d'attribution sont aussi automatiquement mis à jour pour utiliser la nouvelle fenêtre.

## Ajout d'indicateurs d'attribution des clics à des rapports Digital Analytics Explore

Vous pouvez ajouter des indicateurs d'attribution des clics à des rapports Liste à plat, Hiérarchie et Groupes filtrés. Vous ne pouvez pas utiliser des indicateurs d'attribution des clics à des rapports Comparaison de segments, Cycle de vie ou Live.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Les indicateurs d'attribution des clics sont uniquement disponibles quand une ou plusieurs des colonnes suivantes de la catégorie Marketing sont sélectionnées pour affichage :

- Catégorie marketing
- Canal marketing
- Article marketing
- Placement marketing
- Programme Marketing
- Fournisseur marketing
- Moteur de recherche naturelle
- Mots-clés de recherche naturelle
- Site référent
- URL référente

Quand une colonne compatible est affichée dans l'onglet **Colonnes & Indicateurs**, les indicateurs d'attribution des clics sont disponibles dans l'onglet **Standard** sous Sélectionner des indicateurs disponibles. Pour identifier des indicateurs d'attribution des clics, Digital Analytics Explore montre la durée, la direction et la logique d'attribution de l'indicateur à droite de son nom, comme dans les exemples suivants :



Fenêtre d'attribution vers l'arrière de deux jours avec la logique d'attribution premier clic.



Fenêtre d'attribution vers l'arrière de 14 jours avec la logique d'attribution dernier clic.



Fenêtre attribution vers l'arrière de 20 jours avec la logique d'attribution moyenne.

**Remarque :** Les rapports contenant des indicateurs d'attribution des clics peuvent impliquer un temps de traitement plus long.

### Spécification d'un indicateur d'attribution des clics comme indicateur de base d'un indicateur calculé ou personnalisé

Vous pouvez utiliser un indicateur d'attribution des clics comme indicateur de base d'un indicateur personnalisé ou calculé.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Avant d'utiliser un indicateur d'attribution des clics dans un indicateur calculé, vous devez sélectionner une ou plusieurs colonnes compatibles dans l'onglet **Colonnes & Indicateurs** de l'interface de génération de rapports. Une colonne compatible doit aussi être sélectionnée avant d'ajouter l'indicateur calculé ou personnalisé au rapport. Pour plus d'informations, voir [«Ajout d'indicateurs d'attribution des clics à des rapports Digital Analytics Explore»](#), à la page 22.

**Remarque :** Les indicateurs calculés et personnalisés basés sur des indicateurs d'attribution des clics peuvent impliquer un temps de traitement plus long.

### Concepts associés

«Indicateurs calculés», à la page 18

Un indicateur calculé dans Digital Analytics Explore est un indicateur défini par l'utilisateur qui comprend une formule construite à partir d'un ou de plusieurs indicateurs, opérateurs ou constantes. Vous pouvez

inclure des indicateurs calculés dans les rapports suivants : Liste à plat, hiérarchiques, Groupes filtrés, Comparaison de segments et Cycle de vie. Les indicateurs calculés ne sont pas disponibles pour les rapports en direct.

«Indicateurs personnalisés», à la page 19

Un indicateur personnalisé est un indicateur défini par l'utilisateur à partir d'un indicateur standard ou d'une zone d'attribut. Vous pouvez définir trois types d'indicateurs personnalisés : des indicateurs de segment, des indicateurs de filtre et des indicateurs d'attribut. Vous pouvez aussi utiliser la fonction d'indicateurs personnalisés pour créer un alias d'un indicateur standard avec un nom personnalisé.

## Génération de rapports entre plusieurs sites

Si votre organisation possède IBM Digital Analytics Multisite, vous pouvez également utiliser les ID site ou les alias de site en tant que dimension dans un rapport.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Toutefois, prenez en compte les considérations suivantes lors de l'utilisation des dimensions ID site ou Alias du site dans un rapport.

### Procédure

- Si une session visiteur s'étend au-delà de deux sous-sites, chaque site se verra accrédité d'une session et d'un visiteur. De ce fait, la somme de chaque ligne risque de dépasser le total réel.
- Les indicateurs ne reflètent que les actions survenues sur ce site. Par exemple, si une session visiteur s'étend sur deux sous-sites (le site A et le site B) et que le visiteur passe une commande sur le site B, les deux sites A et B se verront attribué des vues de pages, des sessions et des visiteurs. Toutefois, seul le site B recevra du crédit pour la commande.
- L'indicateur Clics fait référence aux clics sur une campagne hors site (clics sur des liens de type Frais de maintenance mensuels). Vous pouvez utiliser un rapport hiérarchique pour explorer en aval d'autres indicateurs Clics (par exemple, une promotion de site ou une zone de promotion immobilière).

### Résultats

## Rapports de type Liste à plat

Les rapports de type Liste à plat affichent les données dans une structure à plat (pas de hiérarchie). Ce type de rapport est idéal pour analyser un vaste ensemble de données.

Ils offrent des options pour une ligne **Total** et une ligne **Autre** qui totalise les valeurs non incluses dans vos n premières lignes sélectionnées si vous souhaitez restreindre le nombre de lignes individuelles affichées.


### Sélection de colonnes et d'indicateurs

Utilisez le **générateur de rapport** pour sélectionner les colonnes de répartitions et d'indicateurs pour le rapport. Vous pouvez choisir jusqu'à trois colonnes et dix indicateurs.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Si vous sélectionnez plusieurs colonnes à afficher, les indicateurs résultants disponible pour la configuration de rapport correspondent à une combinaison unique des colonnes à afficher choisies. Par exemple, si vous choisissez d'afficher **Pages** et **Langue de la page** ensemble, la vue de la page d'accueil est divisée en Accueil-Anglais, Accueil-Allemand, Accueil-Espagnol et ainsi de suite. Il peut être intéressant d'afficher certaines données côte à côte (par exemple, Page et Catégorie ou Page et Page - Attribut : Auteur), mais d'autres combinaisons ne présentent aucun intérêt (par exemple, Nom de produit et Pays). Par conséquent, suivant la première zone sélectionnée, les choix de colonne d'affichage restants sont limités.

L'écran est divisé en quatre sous-fenêtres : **Colonnes d'affichage disponibles**, **Glisser et déposer les colonnes d'affichage**, **Indicateurs disponibles** et **Glisser et déposer les indicateurs**.

**Colonnes d'affichage disponibles** est initialement alimenté avec des types de zone de données. Chacun des types de zone peut être étendu en cliquant sur le bouton  pour afficher les colonnes d'affichage disponibles.

**Remarque :** Si vous avez l'intention d'exporter les données de session dans IBM Tealeaf, incluez l'indicateur Sessions lorsque vous générez le rapport afin de pouvoir voir le nombre de sessions de chaque ligne.

## Procédure

1. Faites glisser la première colonne d'affichage à utiliser dans Glisser et déposer les colonnes d'affichage.

Vous pouvez sélectionner jusqu'à trois colonnes.

Lorsque vous sélectionnez une colonne, elle s'affiche en haut à gauche de l'écran. Les indicateurs disponibles sont répertoriés dans les onglets **Standard**, **Calculé** et **Personnalisé** de la colonne. Sélectionner des indicateurs disponibles. Certaines des colonnes d'affichage restantes sont supprimées de la sous-fenêtre **Colonnes d'affichage disponibles**. Ces colonnes sont supprimées car elles ne sont pas compatibles avec la colonne sélectionnée.

2. Faites glisser les indicateurs souhaités des onglets **Standard**, **Calculé** ou **Personnalisé** de la colonne. Sélectionner des indicateurs disponibles vers la colonne Glisser et déposer les indicateurs.

Les indicateurs disponibles pour un rapport sont basés sur les colonnes sélectionnées. Seuls les indicateurs compatibles avec les colonnes sélectionnées sont disponibles.

Votre rapport peut inclure jusqu'à dix indicateurs (standard, calculés et/ou personnalisés).

Vous pouvez créer ou éditer des indicateurs calculés dans l'onglet **Calculé** ou dans la page **Gérer > Indicateurs calculés**.

Pour créer ou éditer des indicateurs personnalisés, utilisez la page **Gérer > Indicateurs personnalisés**.

Lorsque vous sélectionnez un indicateur, il s'affiche en haut à droite de l'écran.

## Concepts associés

«Indicateurs calculés», à la page 18

Un indicateur calculé dans Digital Analytics Explore est un indicateur défini par l'utilisateur qui comprend une formule construite à partir d'un ou de plusieurs indicateurs, opérateurs ou constantes. Vous pouvez inclure des indicateurs calculés dans les rapports suivants : Liste à plat, hiérarchiques, Groupes filtrés, Comparaison de segments et Cycle de vie. Les indicateurs calculés ne sont pas disponibles pour les rapports en direct.

«Indicateurs personnalisés», à la page 19

Un indicateur personnalisé est un indicateur défini par l'utilisateur à partir d'un indicateur standard ou d'une zone d'attribut. Vous pouvez définir trois types d'indicateurs personnalisés : des indicateurs de segment, des indicateurs de filtre et des indicateurs d'attribut. Vous pouvez aussi utiliser la fonction d'indicateurs personnalisés pour créer un alias d'un indicateur standard avec un nom personnalisé.

## Définition de la fréquence et de la plage de dates du rapport

Utilisez l'onglet **Dates et jeu de données** pour définir la fréquence et la plage de dates du rapport.

## Pourquoi et quand exécuter cette tâche

La fréquence du rapport correspond au nombre d'exécutions d'un rapport. Le système prend en charge les rapports récurrents et les rapports ponctuels.

## Rapport récurrent

Un rapport récurrent (défini par une fréquence de rapport quotidienne, hebdomadaire ou mensuelle) est exécuté au cours de la période spécifiée, en commençant par la première période qui correspond à la date de début choisie ou qui la suit.

- Vous pouvez exécuter un rapport récurrent sur les données des 13 derniers mois (400 jours) si le système Digital Analytics Explore a traité au moins 13 mois de données. La plage de dates par défaut est 400 jours.
- Pour exécuter le rapport de manière perpétuelle (jusqu'à ce qu'il soit arrêté ou supprimé), sélectionnez une date de début comprise dans les 400 jours de la date du jour et sélectionnez **Sans date de fin** pour la zone **Date de fin**. Si vous choisissez une date de début historique, les valeurs des rapports et des tendances sont préalimentées jusqu'à la période actuelle.
- Les rapports traités sont accessibles pour les 13 derniers mois.

### Rapport ponctuel

Un rapport ponctuel est exécuté une seule fois pour la période sélectionnée ; la durée du rapport est de 93 jours au maximum.

- Les rapports traités sont accessibles pendant les 93 derniers jours.
- Vous ne pouvez pas changer pour une autre date car, par définition, un rapport ponctuel n'est exécuté qu'une seule fois dans la plage de dates spécifiée.
- L'option **Sans date de fin** n'est pas disponible pour les rapports ponctuels.
- Si vous sélectionnez des dates ultérieures à la date actuelle, le rapport ne s'exécute pas avant que la Date de fin soit passée.

### Définition du nombre limite de lignes

La sélection de l'option **Nombre de lignes** dans l'onglet **Dates et jeu de données** détermine la quantité d'informations contenues dans le rapport en fonction du type de rapport.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Pour les rapports de type Liste à plat, la sélection **Nombre de lignes** définit le nombre maximal de lignes à renvoyer dans le rapport. Par exemple, une sélection de 10 000 lignes renvoie les 10 000 premières lignes du rapport triées en fonction du premier indicateur sélectionné. En outre, tous les rapports de type Liste à plat affichent une ligne Total. Si le rapport défini contient plus de lignes que le nombre de lignes sélectionné, le reste des données est récapitulé dans une ligne Autre. Les valeurs possibles sont 50, 100, 1 000 et 10 000. Vous pouvez également sélectionner 50 000 lignes si cette option est activée pour votre ID client ; la valeur par défaut est 50 lignes.

Pour les rapports hiérarchiques, la sélection **Nombre de lignes** définit le nombre maximal de lignes à renvoyer pour chaque niveau lorsque le niveau hiérarchique est développé dans le rapport. Par exemple, si vous définissez la limite sur 100 lignes, vos rapports hiérarchiques renvoient 100 lignes de niveau supérieur, 100 lignes de deuxième niveau et 100 lignes de troisième niveau. Les valeurs possibles sont 50 et 100. La valeur par défaut est 50.

Pour les rapports de type Groupes personnalisés, la sélection **Nombre de lignes** définit le nombre maximal de lignes à renvoyer dans le rapport après avoir développé chaque groupe. Par exemple, une sélection de 100 lignes renvoie les 100 premières lignes de chaque groupe triées en fonction du premier indicateur sélectionné. Vous pouvez sélectionner jusqu'à 1 000 lignes par groupe de rapports et 10 groupes au maximum. Si le rapport défini contient plus de lignes que le nombre de lignes sélectionné dans chaque groupe, le reste des données est récapitulé dans une ligne Autre.

La sélection **Nombre de lignes** n'est pas disponible dans les rapports Comparaison des segments.

### Sélection du jeu de données

Utilisez l'onglet **Dates et jeu de données** pour spécifier le jeu de données à utiliser pour le rapport.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Le choix entre les options **Rapports complets de fichiers de données** et **Exemples de rapports** détermine la quantité d'informations traitées et la durée d'exécution d'un rapport.

### Rapports complets de fichiers de données

Renvoie toutes les données client applicables au cours de la période de génération de rapports donnée.

## Exemples de rapports

Renvoie un échantillon de la population des visiteurs client pour la période de rapport spécifiée et étudie de manière exhaustive toutes les sessions et tous les enregistrements de ces visiteurs. Digital Analytics détermine le taux d'échantillonnage approprié en fonction des volumes de données des clients. Le taux d'échantillonnage se trouve dans la zone de paramètres ouverte de chaque rapport d'échantillons.

Un rapport sur l'échantillon de données est exécuté plus rapidement car il n'utilise qu'un sous-ensemble des visiteurs et de leurs activités et il extrapole les résultats. Ce rapport peut être utile pour créer et afficher un rapport de test avant de l'exécuter sur l'ensemble des données, avoir une vue représentative des résultats et voir à quoi le rapport ressemble avant de créer un rapport complet de fichier de données.

## Génération d'un fichier de rapport CSV étendu

Vous pouvez générer une version téléchargeable de votre rapport Liste à plat contenant jusqu'à 1 000 000 de lignes de données. Cette fonction doit être activée pour votre ID client avant que vous puissiez y accéder.

## Pourquoi et quand exécuter cette tâche


Ce fichier de rapport CSV étendu est disponible en plus des fichiers Excel et CSV standard qui contiennent jusqu'au même nombre de lignes que celui défini dans la configuration de rapport. Vous pouvez choisir l'option de fichier de rapport CSV étendu pour tout rapport de type Liste à plat, quel que soit le nombre de lignes que vous avez défini dans la configuration du rapport. Par exemple, si vous définissez 50 lignes dans votre rapport, 50 lignes s'affichent dans l'interface Digital Analytics Explore, alors que le fichier CSV étendu contient jusqu'à 1 000 000 de lignes.

Le fichier de rapport CSV étendu est disponible en téléchargement pendant sept jours après avoir été généré. Après sept jours, si vous souhaitez obtenir le fichier CSV étendu, vous devez exécuter de nouveau le rapport, ce qui incrémente un crédit de rapport supplémentaire.

Si votre rapport a déjà été configuré et exécuté sans cette option, vous pouvez éditer la configuration de rapport pour y inclure l'option de CSV étendu. Vous devez ensuite exécuter le rapport de nouveau, ce qui incrémente un crédit de rapport supplémentaire.

**Remarque :** Un rapport de type Liste à plat affiché dans l'interface Digital Analytics Explore est limité à 10 000 lignes (ou 50 000 lignes, si cette option est activée pour votre ID client). Si les résultats de votre rapport contiennent moins de lignes que la limite fixée pour votre ID client, le fichier de rapport CSV étendu est de la même taille que le fichier de rapport CSV.

## Procédure

1. Cliquez sur l'icône Télécharger () dans la vue Rapport.
2. Sélectionnez **Exécuter le fichier de rapport CSV étendu**.

## Filtres

Un filtre se compose d'un ou de plusieurs critères ajoutés à un rapport Digital Analytics Explore pour restreindre ses résultats. Ces critères comparent un indicateur avec une valeur et incluent ou excluent des enregistrements en fonction des critères indiqués.

Par exemple, vous pouvez restreindre le rapport aux visiteurs en provenance des Etats-Unis. Un critère comprend un indicateur et une ou plusieurs comparaisons.

Utilisez l'onglet **Filtre** pour créer, copier ou éditer un filtre pour un rapport, ou pour utiliser un filtre existant. Vous pouvez également renommer des filtres existants et les éditer en fonction de vos besoins spécifiques. Les filtres sont regroupés en catégories de filtres pour une plus grande clarté.

## Utilisation d'un filtre existant

Cette procédure permet d'ajouter un filtre existant à un rapport.

### Procédure

1. Sélectionnez la catégorie du filtre dans la liste **Catégorie du filtre**. Les filtres de la catégorie sélectionnée sont affichés dans la sous-fenêtre **Filtres disponibles**.
2. Faites glisser le ou les filtres à appliquer dans la sous-fenêtre **Glisser et déposer les filtres**.


## Création d'un filtre

Cette procédure permet de créer un filtre.

### Avant de commencer

**Remarque :** Vous devez définir les indicateurs et colonnes d'affichage à utiliser avant de créer un filtre pour un rapport.

### Procédure

1. Cliquez sur **Nouveau** dans la partie inférieure de la sous-fenêtre **Filtres disponibles**. La boîte de dialogue Nouveau filtre s'affiche.
  2. Sélectionnez une catégorie pour ce filtre dans **Catégorie de filtres** ou sélectionnez **Nouvelle catégorie** dans la liste et entrez un nom de catégorie dans la zone.
  3. Entrez un nom pour le filtre dans la zone de droite.
  4. Sélectionnez l'indicateur de comparaison à utiliser dans la liste **Critères**.
  5. Entrez une ou plusieurs valeurs pour ce critère à l'aide de l'une des méthodes suivantes :
    - Pour entrer une valeur manuellement, cliquez sur **Ajouter** et entrez le texte dans la zone de texte qui s'affiche.
    - Si la fonction Sélection rapide est activée pour votre ID client, cliquez sur l'icône **Sélection rapide** () pour afficher une liste alphabétique des valeurs uniques utilisées le plus souvent pour le critère sélection, en fonction de l'activité de site récente. Sélectionnez la valeur que vous souhaitez utiliser pour ce critère à partir de la liste Enregistrements de sélection rapide ; utilisez les touches Maj ou Ctrl si vous souhaitez sélectionner plusieurs valeurs. Pour rechercher des valeurs spécifiques, utilisez la zone de recherche située dans la partie supérieure de la boîte de dialogue. Après avoir sélectionné une ou plusieurs valeurs, cliquez sur **OK**. Si vous sélectionnez plusieurs valeurs, elles sont ajoutées à l'aide d'opérateurs OR.

Seules les meilleures valeurs uniques pour le critère sélectionné sont affichées dans la liste Sélection rapide. Les autres valeurs qui n'ont pas été identifiées comme meilleures valeurs peuvent également être valides pour le critère.
- Remarque :** Pour vous aider à effectuer une sélection, cliquez sur **Exemples d'enregistrements** pour afficher des exemples de valeurs pour le critère que vous avez sélectionné.
6. Sélectionnez l'opérateur dans la liste qui apparaît.
    - Si l'indicateur possède une valeur numérique, cet opérateur peut être Egal à, Supérieur ou égal à, Inférieur ou égal à ou Compris entre.
    - Si l'indicateur possède une valeur de chaîne, cet opérateur peut être Est, Commence par, Se termine par, Contient ou Utilisé comme caractère générique.
- Si nécessaire, cochez **NOT** pour rendre le critère exclusif (les enregistrements sont inclus s'ils ne satisfont pas ce critère).
7. Choisissez l'une des options suivantes pour appliquer des critères à votre filtre :
    - Si vous n'avez pas besoin de définir d'autres critères pour ce filtre, cliquez sur **Appliquer**.

Le critère est affiché dans la partie droite de la fenêtre.

- Pour ajouter davantage de critères avec un opérateur AND, cliquez sur **Appliquer** et retournez à l'étape 4.
- Pour ajouter davantage de valeurs à ce critère à l'aide d'un opérateur OR, cliquez sur **+ Ajouter des critères à l'aide de "OR"**, retournez à l'étape 5, puis utilisez les instructions de saisie manuelle d'une valeur.
- Pour appliquer des filtres existants à votre nouveau filtre, développez une catégorie de filtre et sélectionnez les filtres requis à partir du panneau à partir du panneau situé dans la partie inférieure gauche de l'écran. Une fois que vous les avez sélectionnés, cliquez sur **Appliquer**. Les critères sont joints à tout autre critère à l'aide d'une jointure AND. Si le filtre ne contient pas de filtres d'indicateurs (par exemple, pages vues >=3), vous pouvez éventuellement sélectionner **NOT**.
- Lorsque vous superposez des critères de types différents, ils sont toujours joints par une jointure AND.

Une fois que les critères ont été créés et appliqués, ils sont affichés dans le panneau le plus à droite. Vous pouvez alors les éditer en cliquant sur l'icône Editer (✎) pour rouvrir le critère dans le panneau de gauche ou les supprimer en cliquant sur l'icône Supprimer (✖). Vous pouvez supprimer des filtres existants précédemment appliqués en cliquant sur l'icône Supprimer (🗑), ce qui ne supprime pas le filtre, mais le retire du filtre que vous êtes en train d'élaborer.

8. Une fois que vous avez terminé, cliquez sur **Enregistrer le filtre** pour fermer cette fenêtre et retourner à l'onglet **Filtre**.

### Copie d'un filtre

Cette procédure permet de copier un filtre.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Vous pouvez copier un filtre existant, lui donner un nouveau nom puis l'utiliser en l'état ou l'éditer, y ajouter ou y supprimer des critères.

### Procédure

1. Sélectionnez la catégorie du filtre dans **Catégorie du filtre**. Les filtres de la catégorie sont affichés dans la sous-fenêtre Filtres disponibles.
2. Sélectionnez le filtre à copier et cliquez sur **Copier**. La boîte de dialogue **Modifier le filtre** affiche les critères du filtre existant.
3. Sélectionnez ou créez une catégorie de filtre dans laquelle ce filtre sera sauvegardé.
4. Entrez un nom pour le filtre.
5. Sélectionnez et éditez les critères existants en cliquant l'icône Editer (✎), supprimez les critères en cliquant sur l'icône Supprimer (✖) ou ajoutez de nouveaux critères.

### Edition d'un filtre

Cette procédure permet d'éditer un filtre existant.

### Avant de commencer

Si vous avez créé un filtre ou disposez des droits d'administration sur ce filtre, vous pouvez l'éditer et le sauvegarder sous le même nom. Si vous ne disposez pas des droits nécessaires à l'édition d'un filtre, l'icône **Editer** vous permet uniquement de copier le filtre.

**Remarque :** Les modifications apportées à un filtre sont globales et affectent tous les rapports qui les mettent en oeuvre, notamment ceux créés par d'autres utilisateurs.

### Procédure

1. Sélectionnez la catégorie du filtre dans la liste **Catégorie du filtre**. Les filtres de cette catégorie sont affichés dans la sous-fenêtre Filtres disponibles.



2. Sélectionnez le filtre à éditer et cliquez sur l'icône **Editer**. Un message d'avertissement vous indique les rapports affectés par ce filtre.
3. La boîte de dialogue Modifier le filtre affiche les critères du filtre existant.

**Remarque :** Le nom et la catégorie du filtre ne peuvent pas être modifiés.

### Résultats

Vous pouvez maintenant sélectionner et éditer les critères existants en cliquant sur l'icône Editer (✎), supprimer les critères en cliquant sur l'icône Supprimer (✕) ou ajouter de nouveaux critères. Si vous avez appliqué un filtre existant, vous pouvez le supprimer en cliquant sur l'icône Supprimer (🗑).

### Segments

Utilisez l'onglet Segment pour créer, copier ou éditer un segment pour un rapport Digital Analytics Explore ou utiliser un segment existant. Vous pouvez également renommer des filtres existants et les éditer en fonction de vos besoins. Les segments sont regroupés en catégories de segments pour une plus grande clarté.

**Remarque :** Ne cliquez pas sur **Soumettre** tant que vous n'avez pas renseigné les zones de toutes les pages requises.

### Ajout d'un segment à un rapport

Vous pouvez ajouter un segment existant à une configuration de rapport lors de la génération du rapport.

### Procédure

1. Cliquez sur l'onglet **Segments**.
2. Sélectionnez la catégorie du segment dans **Catégorie du segment**. Les segments de cette catégorie sont affichés dans la sous-fenêtre Segments disponibles.
3. Faites glisser le ou les segments à appliquer dans la sous-fenêtre **Glisser et déposer les segments**.

### Création d'un segment

Cette procédure permet de créer un segment.

### Procédure

1. Cliquez sur **Nouveau** dans la partie inférieure de la sous-fenêtre Segments disponibles. La fenêtre Nouveau segment s'affiche.
2. Sélectionnez le type de segment.
  - **Même session** - Toutes les sessions correspondant aux critères spécifiés (pour la période de reporting considérée).
  - **Entre sessions** - Toutes les sessions des visiteurs qui correspondent aux critères spécifiés et aux dates sélectionnées (pour la période de reporting considérée). Si vous sélectionnez **Entre sessions**, vous devez spécifier les dates de début et de fin ou sélectionner **Période précédente** pour utiliser la précédente période terminée pour le rapport auquel vous appliquez le segment.


**Remarque :** Le type de segment Entre sessions n'est pas disponible pour les rapports qui utilisent des données importées dans un fichier d'extensions de données basé sur l'enregistrement.

- **Client multicanal** - Comprend à la fois les activités en ligne et hors ligne des clients enregistrés uniquement.

**Remarque :** Vous ne pouvez pas créer de segments IBM Tealeaf à l'aide de la fenêtre Nouveau segment. IBM Digital Analytics crée un segment Tealeaf lorsqu'un utilisateur Tealeaf user exporte des identifiants de session Tealeaf vers Digital Analytics.

3. Sélectionnez une catégorie pour ce segment dans **Catégorie de l'ensemble de segments** ou sélectionnez **Nouvelle catégorie** dans la liste et entrez un nom de catégorie dans la zone.
4. Entrez un nom pour le segment dans la zone située à droite.
5. Sélectionnez l'indicateur de comparaison à utiliser dans la liste **Critères**.

6. Entrez une ou plusieurs valeurs pour ce critère à l'aide de l'une des méthodes suivantes :

- Pour entrer une valeur manuellement, cliquez sur **Ajouter** et entrez le texte dans la zone de texte qui s'affiche.
- Si la fonction Sélection rapide est activée pour votre ID client, cliquez sur l'icône **Sélection rapide** () pour afficher une liste alphabétique des valeurs uniques utilisées le plus souvent pour le critère sélection, en fonction de l'activité de site récente. Sélectionnez la valeur que vous souhaitez utiliser pour ce critère à partir de la liste Enregistrements de sélection rapide ; utilisez les touches Maj ou Ctrl si vous souhaitez sélectionner plusieurs valeurs. Pour rechercher des valeurs spécifiques, utilisez la zone de recherche située dans la partie supérieure de la boîte de dialogue. Après avoir sélectionné une ou plusieurs valeurs, cliquez sur **OK**. Si vous sélectionnez plusieurs valeurs, elles sont ajoutées à l'aide d'opérateurs OR.

Seules les meilleures valeurs uniques pour le critère sélectionné sont affichées dans la liste Sélection rapide. Les autres valeurs qui n'ont pas été identifiées comme meilleures valeurs peuvent également être valides pour le critère.

**Remarque :** Pour vous aider à effectuer une sélection, cliquez sur **Exemples d'enregistrements** pour afficher des exemples de valeurs pour le critère que vous avez sélectionné.




7. Sélectionnez l'opérateur dans la liste qui apparaît.

- Si l'indicateur possède une valeur numérique, cet opérateur peut être Egal à, Supérieur ou égal à, Inférieur ou égal à ou Compris entre.
- Si l'indicateur possède une valeur de chaîne, cet opérateur peut être Est, Commence par, Se termine par, Contient ou Utilisé comme caractère générique.

Si nécessaire, cochez **NOT** pour rendre le critère exclusif (les enregistrements sont inclus s'ils ne satisfont pas ce critère).

8. Choisissez l'une des options suivantes pour appliquer des critères à votre segment :

- Si vous n'avez pas besoin de définir d'autres critères pour ce segment, cliquez sur **Appliquer**. Le critère est affiché dans la partie droite de la fenêtre.
- Pour ajouter davantage de critères à l'aide d'un opérateur AND, cliquez sur **Appliquer** et retournez à l'étape 5.
- Pour ajouter davantage de valeurs à ce critère à l'aide d'un opérateur OR, cliquez sur **+ Ajouter des critères à l'aide de "OR"**, retournez à l'étape 6, puis utilisez les instructions de saisie manuelle d'une valeur.
- Pour appliquer des segments existants à votre nouveau segment, développez une catégorie de segment et sélectionnez les segments requis à partir du panneau situé dans la partie inférieure gauche de l'écran. Une fois que vous les avez sélectionnés, cliquez sur **Appliquer**. Les critères sont joints à tout autre critère à l'aide d'une jointure AND. Si le segment ne contient pas de segments d'indicateurs (par exemple, pages vues  $\geq 3$ ), vous pouvez éventuellement sélectionner **NOT**.
- Lorsque vous superposez des critères de types différents, ils sont toujours joints par une jointure AND.

Une fois que les critères ont été créés et appliqués, ils sont affichés dans le panneau le plus à droite. Vous pouvez alors les éditer en cliquant sur l'icône Editer () pour rouvrir le critère dans le panneau de gauche ou les supprimer en cliquant sur l'icône Supprimer (). Vous pouvez supprimer des segments existants précédemment appliqués en cliquant sur l'icône Supprimer () , ce qui ne supprime pas le segment, mais le retire du segment que vous êtes en train d'élaborer.

9. Une fois que vous avez terminé, cliquez sur **Enregistrer le segment** pour fermer cette fenêtre et retourner à l'onglet **Segment**.

## Résultats

## Copie d'un segment

Cette procédure permet de copier un segment.

## Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Vous pouvez copier un segment existant et lui affecter un nouveau nom. Vous pouvez ensuite utiliser le segment, tel quel, ou éditer, ajouter ou supprimer des critères.

### Procédure

1. Sélectionnez la catégorie du segment dans **Catégorie du segment**. Les segments de cette catégorie sont affichés dans la sous-fenêtre **Segments disponibles**.
2. Sélectionnez le segment à copier et cliquez sur le bouton Copier. La boîte de dialogue Editer le segment s'affiche et présente les critères configurés pour le segment existant.
3. Sélectionnez ou créez une **Catégorie de segment** dans laquelle enregistrer ce segment.
4. Entrez un nom pour le segment.
5. Sélectionnez et éditez les critères existants en cliquant sur l'icône Editer (✎), les supprimer en cliquant sur l'icône Supprimer (✖) ou ajouter de nouveaux critères.

## Edition d'un segment

Cette procédure permet d'éditer un segment.

### Avant de commencer

Si vous avez créé un segment ou disposez des droits d'administration requis sur le segment, vous pouvez l'éditer et le sauvegarder sous le même nom. Si vous essayez d'éditer un segment que vous n'avez pas créé et que vous ne possédez pas de droits d'administration, le bouton **Modifier le segment** se comporte comme le bouton Copier le segment.

**Remarque :** Les modifications apportées aux segments sont globales et affectent les rapports créés par les autres utilisateurs de ce segment.

### Procédure

1. Sélectionnez la catégorie du segment dans **Catégorie du segment**. Les segments de cette catégorie sont affichés dans la sous-fenêtre **Segments disponibles**.
2. Sélectionnez le segment à éditer et cliquez sur le bouton **Modifier**. Un message d'avertissement vous indique les rapports affectés par ce segment.

La boîte de dialogue Modifier le segment affiche les critères configurés pour le segment existant.

**Remarque :** Le nom et la catégorie du segment ne peuvent pas être modifiés.

### Résultats

Vous pouvez maintenant sélectionner et éditer les critères existants en cliquant sur l'icône Editer (✎), les supprimer en cliquant sur l'icône Supprimer (✖) ou ajouter de nouveaux critères. Si un segment existant a été appliqué, vous pouvez le retirer en cliquant sur l'icône Retirer (↶).

### Zoom relationnel

Les zooms relationnels vous permettent de relier immédiatement un ensemble de données à un ou deux autres ensembles de données. L'écran est mis à jour de manière dynamique au fur et à mesure que chaque cible est sélectionnée.

Utilisez l'onglet Zoom relationnel pour sélectionner les zones de données et les métriques sur lesquelles vous souhaitez zoomer. Si vous sélectionnez plusieurs colonnes à afficher, les indicateurs résultants correspondent à la combinaison unique des colonnes à afficher choisies. Par exemple, si vous choisissez d'afficher Pages et Langue de la page côte à côte, la vue de la page d'accueil est divisée en Accueil-Anglais, Accueil-Allemand, Accueil-Espagnol et ainsi de suite. Il peut être intéressant d'afficher certaines données côte à côte (par exemple, Page et Catégorie ou Page et Page - Attribut : Auteur), mais d'autres

combinaisons ne présentent aucun intérêt (par exemple, Nom de produit et Pays). Suivant la première zone sélectionnée, les choix de colonne d'affichage restante sont limités.

Une fois le rapport exécuté, des icônes en forme de loupes apparaissent en regard de chacun des 10 premiers rangs de votre rapport. Lorsque vous sélectionnez la loupe, une ou deux sous-fenêtres de rapport sont affichées dans la partie inférieure de l'écran et affichent un zoom des données de votre sélection. Les zooms relationnels reviennent à appliquer un même segment de session avec la ligne cible comme critère. Lorsque vous cliquez sur les icônes en forme de loupe des autres lignes, les données zoomées sont mises à jour de manière dynamique.

Lors de la génération d'un rapport, l'onglet Zooms relationnels est similaire à l'écran des colonnes et indicateurs. L'onglet est divisé en quatre sous-fenêtres : **Colonnes d'affichage disponibles**, **Glisser et déposer les colonnes d'affichage**, **Indicateurs disponibles** et **Glisser et déposer les indicateurs**.

Initialement, Colonnes d'affichage disponibles est alimenté avec des types de zone de données. Chaque colonne peut être développée en cliquant sur l'icône plus (+) pour afficher les colonnes d'affichage disponibles.

### Affichage d'un zoom

Cette procédure permet d'afficher un zoom.

### Avant de commencer

Vous devez afficher le rapport sur lequel vous souhaitez effectuer un zoom.

### Procédure

1. Faites glisser la première colonne d'affichage à utiliser dans **Glisser et déposer les colonnes**. Certaines des colonnes d'affichage restantes sont supprimées de la sous-fenêtre Colonnes d'affichage disponibles car elles ne sont pas compatibles avec la colonne sélectionnée.

Vous pouvez sélectionner jusqu'à trois colonnes. A mesure que vous sélectionnez des colonnes, elle sont affichées en haut à gauche de l'écran et les indicateurs disponibles de votre rapport sont affichés dans la colonne **Indicateurs disponibles**.

2. Faites glisser les indicateurs requis de la colonne **Indicateurs disponibles** vers la colonne **Glisser et déposer les indicateurs**. Vous pouvez sélectionner jusqu'à 10 indicateurs, qui peuvent être n'importe quelle combinaison d'indicateurs standard ou calculés. Vous pouvez filtrer la liste des indicateurs calculés en sélectionnant une catégorie dans la liste déroulante située au-dessus de la colonne.

Pour plus d'informations sur l'utilisation des indicateurs calculés, voir [«Indicateurs calculés»](#), à la page 18.

3. Cliquez sur **Ajouter un zoom**.

Le zoom relationnel est sauvegardé et les colonnes d'affichage sont affichées dans la section Zoom relationnel, à l'extrémité droite de l'écran.

### Définition du nom de rapport et des méthodes de distribution

Utilisez l'onglet **Nom et distribution** pour configurer le nom, la catégorie et les méthodes de distribution de votre rapport.

### Procédure

1. Entrez un nom de rapport (jusqu'à 50 caractères, par exemple, première page ou Délai de réservation pour les passagers de première classe) pour le nouveau rapport dans **Nom du rapport**.
2. Sélectionnez une **catégorie de rapports** ou entrez un nouveau nom de catégorie.  
Chaque rapport doit posséder une combinaison Nom du rapport - Catégorie du rapport unique.
3. Facultatif : Entrez jusqu'à 250 caractères dans la zone **Commentaires** pour décrire le rapport.
4. Facultatif : Choisissez une méthode de distribution.

- Cochez **Recevoir par e-mail** pour que le rapport vous soit directement envoyé en pièce jointe d'un e-mail. Entrez votre adresse électronique et sélectionnez **Excel** ou **CSV** comme format de pièce

jointe. La pièce jointe contient les métadonnées sur le rapport (par exemple, nom, filtre et segments) et la table de données, mais pas les graphiques.

- Cochez **Notifier par e-mail** pour être averti lorsque le rapport est généré. Entrez l'adresse électronique à laquelle vous souhaitez que la notification soit envoyée.

## Rapports hiérarchiques

Les rapports hiérarchiques montrent les valeurs pour une colonne d'affichage en fonction de la valeur d'une autre colonne d'affichage. Par exemple, vous pouvez afficher les marques les plus populaires dans chaque catégorie de produits.


### Sélection de colonnes et d'indicateurs

Utilisez le **générateur de rapport** pour sélectionner les colonnes de répartitions et d'indicateurs pour le rapport. Vous pouvez choisir jusqu'à cinq colonnes d'affichage et 10 métriques.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Si vous sélectionnez plusieurs colonnes à afficher, les indicateurs résultants disponible pour la configuration de rapport correspondent à une combinaison unique des colonnes à afficher choisies. Par exemple, si vous choisissez d'afficher **Pages** et **Langue de la page** ensemble, la vue de la page d'accueil est divisée en Accueil-Anglais, Accueil-Allemand, Accueil-Espagnol et ainsi de suite. Il peut être intéressant d'afficher certaines données côte à côte (par exemple, Page et Catégorie ou Page et Page - Attribut : Auteur), mais d'autres combinaisons ne présentent aucun intérêt (par exemple, Nom de produit et Pays). Par conséquent, suivant la première zone sélectionnée, les choix de colonne d'affichage restants sont limités.

L'écran est divisé en quatre sous-fenêtres : **Colonnes d'affichage disponibles**, **Glisser et déposer les colonnes d'affichage**, **Indicateurs disponibles** et **Glisser et déposer les indicateurs**.

**Colonnes d'affichage disponibles** est initialement alimenté avec des types de zone de données. Chacun des types de zone peut être étendu en cliquant sur le bouton  pour afficher les colonnes d'affichage disponibles.

**Remarque** : Si vous avez l'intention d'exporter les données de session dans IBM Tealeaf, incluez l'indicateur Sessions lorsque vous générez le rapport afin de pouvoir voir le nombre de sessions de chaque ligne.

### Procédure

1. Faites glisser la première colonne d'affichage à utiliser dans Glisser et déposer les colonnes d'affichage.

Vous pouvez sélectionner jusqu'à cinq colonnes.

Lorsque vous sélectionnez une colonne, elle s'affiche en haut à gauche de l'écran. Les indicateurs disponibles sont répertoriés dans les onglets **Standard**, **Calculé** et **Personnalisé** de la colonne Sélectionner des indicateurs disponibles. Certaines des colonnes d'affichage restantes sont supprimées de la sous-fenêtre **Colonnes d'affichage disponibles**. Ces colonnes sont supprimées car elles ne sont pas compatibles avec la colonne sélectionnée.

2. Faites glisser les indicateurs souhaités des onglets **Standard**, **Calculé** ou **Personnalisé** de la colonne Sélectionner des indicateurs disponibles vers la colonne Glisser et déposer les indicateurs.

Les indicateurs disponibles pour un rapport sont basés sur les colonnes sélectionnées. Seuls les indicateurs compatibles avec les colonnes sélectionnées sont disponibles.

Votre rapport peut inclure jusqu'à dix indicateurs (standard, calculés et/ou personnalisés).

Vous pouvez créer ou éditer des indicateurs calculés dans l'onglet **Calculé** ou dans la page **Gérer > Indicateurs calculés**.

Pour créer ou éditer des indicateurs personnalisés, utilisez la page **Gérer > Indicateurs personnalisés**.

Lorsque vous sélectionnez un indicateur, il s'affiche en haut à droite de l'écran.

## Concepts associés

«Indicateurs calculés», à la page 18

Un indicateur calculé dans Digital Analytics Explore est un indicateur défini par l'utilisateur qui comprend une formule construite à partir d'un ou de plusieurs indicateurs, opérateurs ou constantes. Vous pouvez inclure des indicateurs calculés dans les rapports suivants : Liste à plat, hiérarchiques, Groupes filtrés, Comparaison de segments et Cycle de vie. Les indicateurs calculés ne sont pas disponibles pour les rapports en direct.

«Indicateurs personnalisés», à la page 19

Un indicateur personnalisé est un indicateur défini par l'utilisateur à partir d'un indicateur standard ou d'une zone d'attribut. Vous pouvez définir trois types d'indicateurs personnalisés : des indicateurs de segment, des indicateurs de filtre et des indicateurs d'attribut. Vous pouvez aussi utiliser la fonction d'indicateurs personnalisés pour créer un alias d'un indicateur standard avec un nom personnalisé.

## Définition de la fréquence et de la plage de dates du rapport

Utilisez l'onglet **Dates et jeu de données** pour définir la fréquence et la plage de dates du rapport.

## Pourquoi et quand exécuter cette tâche

La fréquence du rapport correspond au nombre d'exécutions d'un rapport. Le système prend en charge les rapports récurrents et les rapports ponctuels.

### Rapport récurrent

Un rapport récurrent (défini par une fréquence de rapport quotidienne, hebdomadaire ou mensuelle) est exécuté au cours de la période spécifiée, en commençant par la première période qui correspond à la date de début choisie ou qui la suit.

- Vous pouvez exécuter un rapport récurrent sur les données des 13 derniers mois (400 jours) si le système Digital Analytics Explore a traité au moins 13 mois de données. La plage de dates par défaut est 400 jours.
- Pour exécuter le rapport de manière perpétuelle (jusqu'à ce qu'il soit arrêté ou supprimé), sélectionnez une date de début comprise dans les 400 jours de la date du jour et sélectionnez **Sans date de fin** pour la zone **Date de fin**. Si vous choisissez une date de début historique, les valeurs des rapports et des tendances sont préalimentées jusqu'à la période actuelle.
- Les rapports traités sont accessibles pour les 13 derniers mois.

### Rapport ponctuel

Un rapport ponctuel est exécuté une seule fois pour la période sélectionnée ; la durée du rapport est de 93 jours au maximum.

- Les rapports traités sont accessibles pendant les 93 derniers jours.
- Vous ne pouvez pas changer pour une autre date car, par définition, un rapport ponctuel n'est exécuté qu'une seule fois dans la plage de dates spécifiée.
- L'option **Sans date de fin** n'est pas disponible pour les rapports ponctuels.
- Si vous sélectionnez des dates ultérieures à la date actuelle, le rapport ne s'exécute pas avant que la Date de fin soit passée.

## Définition du nombre limite de lignes

La sélection de l'option **Nombre de lignes** dans l'onglet **Dates et jeu de données** détermine la quantité d'informations contenues dans le rapport en fonction du type de rapport.

## Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Pour les rapports de type Liste à plat, la sélection **Nombre de lignes** définit le nombre maximal de lignes à renvoyer dans le rapport. Par exemple, une sélection de 10 000 lignes renvoie les 10 000 premières lignes du rapport triées en fonction du premier indicateur sélectionné. En outre, tous les rapports de type Liste à plat affichent une ligne Total. Si le rapport défini contient plus de lignes que le nombre de lignes sélectionné, le reste des données est récapitulé dans une ligne Autre. Les valeurs possibles sont 50,

100, 1 000 et 10 000. Vous pouvez également sélectionner 50 000 lignes si cette option est activée pour votre ID client ; la valeur par défaut est 50 lignes.

Pour les rapports hiérarchiques, la sélection **Nombre de lignes** définit le nombre maximal de lignes à renvoyer pour chaque niveau lorsque le niveau hiérarchique est développé dans le rapport. Par exemple, si vous définissez la limite sur 100 lignes, vos rapports hiérarchiques renvoient 100 lignes de niveau supérieur, 100 lignes de deuxième niveau et 100 lignes de troisième niveau. Les valeurs possibles sont 50 et 100. La valeur par défaut est 50.

Pour les rapports de type Groupes personnalisés, la sélection **Nombre de lignes** définit le nombre maximal de lignes à renvoyer dans le rapport après avoir développé chaque groupe. Par exemple, une sélection de 100 lignes renvoie les 100 premières lignes de chaque groupe triées en fonction du premier indicateur sélectionné. Vous pouvez sélectionner jusqu'à 1 000 lignes par groupe de rapports et 10 groupes au maximum. Si le rapport défini contient plus de lignes que le nombre de lignes sélectionné dans chaque groupe, le reste des données est récapitulé dans une ligne Autre.

La sélection **Nombre de lignes** n'est pas disponible dans les rapports Comparaison des segments.

### Sélection du jeu de données

Utilisez l'onglet **Dates et jeu de données** pour spécifier le jeu de données à utiliser pour le rapport.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Le choix entre les options **Rapports complets de fichiers de données** et **Exemples de rapports** détermine la quantité d'informations traitées et la durée d'exécution d'un rapport.

### Rapports complets de fichiers de données

Renvoie toutes les données client applicables au cours de la période de génération de rapports donnée.

### Exemples de rapports

Renvoie un échantillon de la population des visiteurs client pour la période de rapport spécifiée et étudie de manière exhaustive toutes les sessions et tous les enregistrements de ces visiteurs. Digital Analytics détermine le taux d'échantillonnage approprié en fonction des volumes de données des clients. Le taux d'échantillonnage se trouve dans la zone de paramètres ouverte de chaque rapport d'échantillons.

Un rapport sur l'échantillon de données est exécuté plus rapidement car il n'utilise qu'un sous-ensemble des visiteurs et de leurs activités et il extrapole les résultats. Ce rapport peut être utile pour créer et afficher un rapport de test avant de l'exécuter sur l'ensemble des données, avoir une vue représentative des résultats et voir à quoi le rapport ressemble avant de créer un rapport complet de fichier de données.

### Filtres

Un filtre se compose d'un ou de plusieurs critères ajoutés à un rapport Digital Analytics Explore pour restreindre ses résultats. Ces critères comparent un indicateur avec une valeur et incluent ou excluent des enregistrements en fonction des critères indiqués.

Par exemple, vous pouvez restreindre le rapport aux visiteurs en provenance des Etats-Unis. Un critère comprend un indicateur et une ou plusieurs comparaisons.

Utilisez l'onglet **Filtre** pour créer, copier ou éditer un filtre pour un rapport, ou pour utiliser un filtre existant. Vous pouvez également renommer des filtres existants et les éditer en fonction de vos besoins spécifiques. Les filtres sont regroupés en catégories de filtres pour une plus grande clarté.

### Utilisation d'un filtre existant

Cette procédure permet d'ajouter un filtre existant à un rapport.

### Procédure

1. Sélectionnez la catégorie du filtre dans la liste **Catégorie du filtre**. Les filtres de la catégorie sélectionnée sont affichés dans la sous-fenêtre **Filtres disponibles**.

2. Faites glisser le ou les filtres à appliquer dans la sous-fenêtre **Glisser et déposer les filtres**.

### Création d'un filtre

Cette procédure permet de créer un filtre.

### Avant de commencer

**Remarque :** Vous devez définir les indicateurs et colonnes d'affichage à utiliser avant de créer un filtre pour un rapport.

### Procédure

1. Cliquez sur **Nouveau** dans la partie inférieure de la sous-fenêtre **Filtres disponibles**. La boîte de dialogue Nouveau filtre s'affiche.
2. Sélectionnez une catégorie pour ce filtre dans **Catégorie de filtres** ou sélectionnez **Nouvelle catégorie** dans la liste et entrez un nom de catégorie dans la zone.
3. Entrez un nom pour le filtre dans la zone de droite.
4. Sélectionnez l'indicateur de comparaison à utiliser dans la liste **Critères**.
5. Entrez une ou plusieurs valeurs pour ce critère à l'aide de l'une des méthodes suivantes :

- Pour entrer une valeur manuellement, cliquez sur **Ajouter** et entrez le texte dans la zone de texte qui s'affiche.
- Si la fonction Sélection rapide est activée pour votre ID client, cliquez sur l'icône **Sélection rapide**



( ) pour afficher une liste alphabétique des valeurs uniques utilisées le plus souvent pour le critère sélection, en fonction de l'activité de site récente. Sélectionnez la valeur que vous souhaitez utiliser pour ce critère à partir de la liste Enregistrements de sélection rapide ; utilisez les touches Maj ou Ctrl si vous souhaitez sélectionner plusieurs valeurs. Pour rechercher des valeurs spécifiques, utilisez la zone de recherche située dans la partie supérieure de la boîte de dialogue. Après avoir sélectionné une ou plusieurs valeurs, cliquez sur **OK**. Si vous sélectionnez plusieurs valeurs, elles sont ajoutées à l'aide d'opérateurs OR.

Seules les meilleures valeurs uniques pour le critère sélectionné sont affichées dans la liste Sélection rapide. Les autres valeurs qui n'ont pas été identifiées comme meilleures valeurs peuvent également être valides pour le critère.

**Remarque :** Pour vous aider à effectuer une sélection, cliquez sur **Exemples d'enregistrements** pour afficher des exemples de valeurs pour le critère que vous avez sélectionné.

6. Sélectionnez l'opérateur dans la liste qui apparaît.
- Si l'indicateur possède une valeur numérique, cet opérateur peut être Egal à, Supérieur ou égal à, Inférieur ou égal à ou Compris entre.
  - Si l'indicateur possède une valeur de chaîne, cet opérateur peut être Est, Commence par, Se termine par, Contient ou Utilisé comme caractère générique.

Si nécessaire, cochez **NOT** pour rendre le critère exclusif (les enregistrements sont inclus s'ils ne satisfont pas ce critère).

7. Choisissez l'une des options suivantes pour appliquer des critères à votre filtre :
- Si vous n'avez pas besoin de définir d'autres critères pour ce filtre, cliquez sur **Appliquer**.  
Le critère est affiché dans la partie droite de la fenêtre.
  - Pour ajouter davantage de critères avec un opérateur AND, cliquez sur **Appliquer** et retournez à l'étape 4.
  - Pour ajouter davantage de valeurs à ce critère à l'aide d'un opérateur OR, cliquez sur **+ Ajouter des critères à l'aide de "OR"**, retournez à l'étape 5, puis utilisez les instructions de saisie manuelle d'une valeur.
  - Pour appliquer des filtres existants à votre nouveau filtre, développez une catégorie de filtre et sélectionnez les filtres requis à partir du panneau à partir du panneau situé dans la partie inférieure



gauche de l'écran. Une fois que vous les avez sélectionnés, cliquez sur **Appliquer**. Les critères sont joints à tout autre critère à l'aide d'une jointure AND. Si le filtre ne contient pas de filtres d'indicateurs (par exemple, pages vues >=3), vous pouvez éventuellement sélectionner **NOT**.

- Lorsque vous superposez des critères de types différents, ils sont toujours joints par une jointure AND.

Une fois que les critères ont été créés et appliqués, ils sont affichés dans le panneau le plus à droite. Vous pouvez alors les éditer en cliquant sur l'icône Editer (✎) pour rouvrir le critère dans le panneau de gauche ou les supprimer en cliquant sur l'icône Supprimer (✖). Vous pouvez supprimer des filtres existants précédemment appliqués en cliquant sur l'icône Supprimer (↶), ce qui ne supprime pas le filtre, mais le retire du filtre que vous êtes en train d'élaborer.

8. Une fois que vous avez terminé, cliquez sur **Enregistrer le filtre** pour fermer cette fenêtre et retourner à l'onglet **Filtre**.

### Copie d'un filtre

Cette procédure permet de copier un filtre.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Vous pouvez copier un filtre existant, lui donner un nouveau nom puis l'utiliser en l'état ou l'éditer, y ajouter ou y supprimer des critères.

### Procédure

1. Sélectionnez la catégorie du filtre dans **Catégorie du filtre**. Les filtres de la catégorie sont affichés dans la sous-fenêtre Filtres disponibles.
2. Sélectionnez le filtre à copier et cliquez sur **Copier**. La boîte de dialogue **Modifier le filtre** affiche les critères du filtre existant.
3. Sélectionnez ou créez une catégorie de filtre dans laquelle ce filtre sera sauvegardé.
4. Entrez un nom pour le filtre.
5. Sélectionnez et éditez les critères existants en cliquant l'icône Editer (✎), supprimez les critères en cliquant sur l'icône Supprimer (✖) ou ajoutez de nouveaux critères.

### Edition d'un filtre

Cette procédure permet d'éditer un filtre existant.

### Avant de commencer

Si vous avez créé un filtre ou disposez des droits d'administration sur ce filtre, vous pouvez l'éditer et le sauvegarder sous le même nom. Si vous ne disposez pas des droits nécessaires à l'édition d'un filtre, l'icône **Editer** vous permet uniquement de copier le filtre.

**Remarque :** Les modifications apportées à un filtre sont globales et affectent tous les rapports qui les mettent en oeuvre, notamment ceux créés par d'autres utilisateurs.

### Procédure

1. Sélectionnez la catégorie du filtre dans la liste **Catégorie du filtre**. Les filtres de cette catégorie sont affichés dans la sous-fenêtre Filtres disponibles.
2. Sélectionnez le filtre à éditer et cliquez sur l'icône **Editer**. Un message d'avertissement vous indique les rapports affectés par ce filtre.
3. La boîte de dialogue Modifier le filtre affiche les critères du filtre existant.

**Remarque :** Le nom et la catégorie du filtre ne peuvent pas être modifiés.

## Résultats

Vous pouvez maintenant sélectionner et éditer les critères existants en cliquant sur l'icône Editer (✎), supprimer les critères en cliquant sur l'icône Supprimer (✖) ou ajouter de nouveaux critères. Si vous avez appliqué un filtre existant, vous pouvez le supprimer en cliquant sur l'icône Supprimer (↻).

## Segments

Utilisez l'onglet Segment pour créer, copier ou éditer un segment pour un rapport Digital Analytics Explore ou utiliser un segment existant. Vous pouvez également renommer des filtres existants et les éditer en fonction de vos besoins. Les segments sont regroupés en catégories de segments pour une plus grande clarté.

**Remarque :** Ne cliquez pas sur **Soumettre** tant que vous n'avez pas renseigné les zones de toutes les pages requises.

## Ajout d'un segment à un rapport

Vous pouvez ajouter un segment existant à une configuration de rapport lors de la génération du rapport.

## Procédure

1. Cliquez sur l'onglet **Segments**.
2. Sélectionnez la catégorie du segment dans **Catégorie du segment**. Les segments de cette catégorie sont affichés dans la sous-fenêtre Segments disponibles.
3. Faites glisser le ou les segments à appliquer dans la sous-fenêtre **Glisser et déposer les segments**.

## Création d'un segment


Cette procédure permet de créer un segment.

## Procédure

1. Cliquez sur **Nouveau** dans la partie inférieure de la sous-fenêtre Segments disponibles. La fenêtre Nouveau segment s'affiche.
2. Sélectionnez le type de segment.
  - **Même session** - Toutes les sessions correspondant aux critères spécifiés (pour la période de reporting considérée).
  - **Entre sessions** - Toutes les sessions des visiteurs qui correspondent aux critères spécifiés et aux dates sélectionnées (pour la période de reporting considérée). Si vous sélectionnez **Entre sessions**, vous devez spécifier les dates de début et de fin ou sélectionner **Période précédente** pour utiliser la précédente période terminée pour le rapport auquel vous appliquez le segment.

**Remarque :** Le type de segment Entre sessions n'est pas disponible pour les rapports qui utilisent des données importées dans un fichier d'extensions de données basé sur l'enregistrement.

- **Client multicanal** - Comprend à la fois les activités en ligne et hors ligne des clients enregistrés uniquement.
- Remarque :** Vous ne pouvez pas créer de segments IBM Tealeaf à l'aide de la fenêtre Nouveau segment. IBM Digital Analytics crée un segment Tealeaf lorsqu'un utilisateur Tealeaf user exporte des identifiants de session Tealeaf vers Digital Analytics.
3. Sélectionnez une catégorie pour ce segment dans **Catégorie de l'ensemble de segments** ou sélectionnez **Nouvelle catégorie** dans la liste et entrez un nom de catégorie dans la zone.
  4. Entrez un nom pour le segment dans la zone située à droite.
  5. Sélectionnez l'indicateur de comparaison à utiliser dans la liste **Critères**.
  6. Entrez une ou plusieurs valeurs pour ce critère à l'aide de l'une des méthodes suivantes :
    - Pour entrer une valeur manuellement, cliquez sur **Ajouter** et entrez le texte dans la zone de texte qui s'affiche.

- Si la fonction Sélection rapide est activée pour votre ID client, cliquez sur l'icône **Sélection rapide** () pour afficher une liste alphabétique des valeurs uniques utilisées le plus souvent pour le critère sélection, en fonction de l'activité de site récente. Sélectionnez la valeur que vous souhaitez utiliser pour ce critère à partir de la liste Enregistrements de sélection rapide ; utilisez les touches Maj ou Ctrl si vous souhaitez sélectionner plusieurs valeurs. Pour rechercher des valeurs spécifiques, utilisez la zone de recherche située dans la partie supérieure de la boîte de dialogue. Après avoir sélectionné une ou plusieurs valeurs, cliquez sur **OK**. Si vous sélectionnez plusieurs valeurs, elles sont ajoutées à l'aide d'opérateurs OR.

Seules les meilleures valeurs uniques pour le critère sélectionné sont affichées dans la liste Sélection rapide. Les autres valeurs qui n'ont pas été identifiées comme meilleures valeurs peuvent également être valides pour le critère.

**Remarque :** Pour vous aider à effectuer une sélection, cliquez sur **Exemples d'enregistrements** pour afficher des exemples de valeurs pour le critère que vous avez sélectionné.




7. Sélectionnez l'opérateur dans la liste qui apparaît.

- Si l'indicateur possède une valeur numérique, cet opérateur peut être Egal à, Supérieur ou égal à, Inférieur ou égal à ou Compris entre.
- Si l'indicateur possède une valeur de chaîne, cet opérateur peut être Est, Commence par, Se termine par, Contient ou Utilisé comme caractère générique.

Si nécessaire, cochez **NOT** pour rendre le critère exclusif (les enregistrements sont inclus s'ils ne satisfont pas ce critère).

8. Choisissez l'une des options suivantes pour appliquer des critères à votre segment :

- Si vous n'avez pas besoin de définir d'autres critères pour ce segment, cliquez sur **Appliquer**. Le critère est affiché dans la partie droite de la fenêtre.
- Pour ajouter davantage de critères à l'aide d'un opérateur AND, cliquez sur **Appliquer** et retournez à l'étape 5.
- Pour ajouter davantage de valeurs à ce critère à l'aide d'un opérateur OR, cliquez sur **+ Ajouter des critères à l'aide de "OR"**, retournez à l'étape 6, puis utilisez les instructions de saisie manuelle d'une valeur.
- Pour appliquer des segments existants à votre nouveau segment, développez une catégorie de segment et sélectionnez les segments requis à partir du panneau situé dans la partie inférieure gauche de l'écran. Une fois que vous les avez sélectionnés, cliquez sur **Appliquer**. Les critères sont joints à tout autre critère à l'aide d'une jointure AND. Si le segment ne contient pas de segments d'indicateurs (par exemple, pages vues  $\geq 3$ ), vous pouvez éventuellement sélectionner **NOT**.
- Lorsque vous superposez des critères de types différents, ils sont toujours joints par une jointure AND.

Une fois que les critères ont été créés et appliqués, ils sont affichés dans le panneau le plus à droite. Vous pouvez alors les éditer en cliquant sur l'icône Editer () pour rouvrir le critère dans le panneau de gauche ou les supprimer en cliquant sur l'icône Supprimer (). Vous pouvez supprimer des segments existants précédemment appliqués en cliquant sur l'icône Supprimer () , ce qui ne supprime pas le segment, mais le retire du segment que vous êtes en train d'élaborer.

9. Une fois que vous avez terminé, cliquez sur **Enregistrer le segment** pour fermer cette fenêtre et retourner à l'onglet **Segment**.

## Résultats

## Copie d'un segment

Cette procédure permet de copier un segment.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Vous pouvez copier un segment existant et lui affecter un nouveau nom. Vous pouvez ensuite utiliser le segment, tel quel, ou éditer, ajouter ou supprimer des critères.

### Procédure

1. Sélectionnez la catégorie du segment dans **Catégorie du segment**. Les segments de cette catégorie sont affichés dans la sous-fenêtre **Segments disponibles**.
2. Sélectionnez le segment à copier et cliquez sur le bouton Copier. La boîte de dialogue Editer le segment s'affiche et présente les critères configurés pour le segment existant.
3. Sélectionnez ou créez une **Catégorie de segment** dans laquelle enregistrer ce segment.
4. Entrez un nom pour le segment.
5. Sélectionnez et éditez les critères existants en cliquant sur l'icône Editer (✎), les supprimer en cliquant sur l'icône Supprimer (✖) ou ajouter de nouveaux critères.

### Edition d'un segment

Cette procédure permet d'éditer un segment.

### Avant de commencer

Si vous avez créé un segment ou disposez des droits d'administration requis sur le segment, vous pouvez l'éditer et le sauvegarder sous le même nom. Si vous essayez d'éditer un segment que vous n'avez pas créé et que vous ne possédez pas de droits d'administration, le bouton **Modifier le segment** se comporte comme le bouton Copier le segment.

**Remarque :** Les modifications apportées aux segments sont globales et affectent les rapports créés par les autres utilisateurs de ce segment.

### Procédure

1. Sélectionnez la catégorie du segment dans **Catégorie du segment**. Les segments de cette catégorie sont affichés dans la sous-fenêtre **Segments disponibles**.
2. Sélectionnez le segment à éditer et cliquez sur le bouton **Modifier**. Un message d'avertissement vous indique les rapports affectés par ce segment.

La boîte de dialogue Modifier le segment affiche les critères configurés pour le segment existant.

**Remarque :** Le nom et la catégorie du segment ne peuvent pas être modifiés.

### Résultats

Vous pouvez maintenant sélectionner et éditer les critères existants en cliquant sur l'icône Editer (✎), les supprimer en cliquant sur l'icône Supprimer (✖) ou ajouter de nouveaux critères. Si un segment existant a été appliqué, vous pouvez le retirer en cliquant sur l'icône Retirer (↶).

### Définition du nom de rapport et des méthodes de distribution

Utilisez l'onglet **Nom et distribution** pour configurer le nom, la catégorie et les méthodes de distribution de votre rapport.

### Procédure

1. Entrez un nom de rapport (jusqu'à 50 caractères, par exemple, première page ou Délai de réservation pour les passagers de première classe) pour le nouveau rapport dans **Nom du rapport**.
2. Sélectionnez une **catégorie de rapports** ou entrez un nouveau nom de catégorie.

Chaque rapport doit posséder une combinaison Nom du rapport - Catégorie du rapport unique.

3. Facultatif : Entrez jusqu'à 250 caractères dans la zone **Commentaires** pour décrire le rapport.

4. Facultatif : Choisissez une méthode de distribution.

- Cochez **Recevoir par e-mail** pour que le rapport vous soit directement envoyé en pièce jointe d'un e-mail. Entrez votre adresse électronique et sélectionnez **Excel** ou **CSV** comme format de pièce jointe. La pièce jointe contient les métadonnées sur le rapport (par exemple, nom, filtre et segments) et la table de données, mais pas les graphiques.
- Cochez **Notifier par e-mail** pour être averti lorsque le rapport est généré. Entrez l'adresse électronique à laquelle vous souhaitez que la notification soit envoyée.

## Rapports Groupes personnalisé

Un rapport Groupes personnalisés vous permet de créer des groupes spécifiques (ou catégories extensibles) à l'aide d'une logique de filtrage avancée. Ce type de rapport est idéal pour créer jusqu'à 10 catégories à la volée ou regrouper des éléments de données en fonction de vos besoins.

Les indicateurs sont totalisés et les entrées en double sont supprimées au niveau du groupe. Il existe également une option pour une ligne **Autre** qui totalise les valeurs non affichées dans chaque groupe.


### Sélection de colonnes et d'indicateurs

Utilisez le **générateur de rapport** pour sélectionner les colonnes de répartitions et d'indicateurs devant faire l'objet d'un rapport. Vous pouvez choisir jusqu'à trois colonnes et dix indicateurs. Lorsque le rapport est créé, une grille de données est créée à partir de la combinaison de colonnes à afficher et des indicateurs.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Si vous sélectionnez plusieurs colonnes à afficher, les indicateurs résultants correspondent à une combinaison unique des colonnes à afficher choisies. Par exemple, si vous choisissez d'afficher **Pages** et **Langue de la page** ensemble, la vue de la page d'accueil est divisée en Accueil-Anglais, Accueil-Allemand, Accueil-Espagnol et ainsi de suite. Il peut être intéressant d'afficher certaines données côte à côte (par exemple, Page et Catégorie ou Page - Attribut : Auteur), mais d'autres combinaisons ne présentent aucun intérêt (par exemple, Nom de produit et Pays). Par conséquent, suivant la première zone sélectionnée, les choix de colonne d'affichage restants sont limités.

L'écran est divisé en quatre sous-fenêtres : **Colonnes d'affichage disponibles**, **Glisser et déposer les colonnes d'affichage**, **Indicateurs disponibles** et **Glisser et déposer les indicateurs**.

**Colonnes d'affichage disponibles** est initialement alimenté avec des types de zone de données. Chacun des types de zone peut être étendu en cliquant sur le bouton  pour afficher les colonnes d'affichage disponibles.

**Remarque** : Si vous avez l'intention d'exporter les données de session dans IBM Tealeaf, incluez l'indicateur Sessions lorsque vous générez le rapport afin de pouvoir voir le nombre de sessions de chaque ligne.

### Procédure

1. Faites glisser la première colonne d'affichage à utiliser dans Glisser et déposer les colonnes d'affichage.

Vous pouvez sélectionner jusqu'à trois colonnes.

Lorsque vous sélectionnez une colonne, elle s'affiche en haut à gauche de l'écran. Les indicateurs disponibles sont répertoriés sur les onglets Standard et Calculé de la colonne Sélectionner les indicateurs disponibles. Certaines des colonnes d'affichage restantes sont supprimées de la sous-fenêtre **Colonnes d'affichage disponibles**. Ces colonnes sont supprimées car elles ne sont pas compatibles avec la colonne sélectionnée.

2. Faites glisser les indicateurs requis de l'onglet **Standard** ou **Calculé** de la colonne Sélectionner des indicateurs disponibles vers la colonne Glisser et déposer les indicateurs.

Les indicateurs disponibles pour un rapport sont basés sur les colonnes sélectionnées. Seuls les indicateurs compatibles avec les colonnes sélectionnées sont disponibles.

Votre rapport peut inclure jusqu'à dix indicateurs (standard et/ou calculés).

Vous pouvez créer ou éditer des indicateurs calculés dans l'onglet **Calculé** ou dans la page **Gérer > Indicateurs calculés**.

Les indicateurs personnalisés ne sont pas disponibles pour les rapports de type Groupes personnalisés.

Lorsque vous sélectionnez un indicateur, il s'affiche en haut à droite de l'écran.

### Concepts associés

«Indicateurs calculés», à la page 18

Un indicateur calculé dans Digital Analytics Explore est un indicateur défini par l'utilisateur qui comprend une formule construite à partir d'un ou de plusieurs indicateurs, opérateurs ou constantes. Vous pouvez inclure des indicateurs calculés dans les rapports suivants : Liste à plat, hiérarchiques, Groupes filtrés, Comparaison de segments et Cycle de vie. Les indicateurs calculés ne sont pas disponibles pour les rapports en direct.

### Groupes

Utilisez l'onglet Groupes lors de la génération d'un rapport Groupes personnalisés pour créer, copier ou éditer un groupe pour un rapport ou pour utiliser un groupe existant. Les groupes existants peuvent également être renommés et édités en fonction de vos besoins. Les groupes sont regroupés en catégories de groupes pour une plus grande clarté.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Un groupe se compose d'un ou de plusieurs critères. Ces critères comparent un indicateur sélectionné à une valeur spécifiée et incluent ou excluent un enregistrement en fonction de l'indicateur. Par exemple, vous pouvez restreindre le rapport aux visiteurs en provenance des Etats-Unis. Un critère comprend un indicateur et une ou plusieurs comparaisons.

### Utilisation de groupes

Cette procédure permet de manipuler des groupes personnalisés existants.

### Procédure


1. Sélectionnez la catégorie du groupe dans **Catégorie du groupe**.  
Les groupes de cette catégorie sont affichés dans la sous-fenêtre Groupes disponibles.
2. Faites glisser le ou les groupes à appliquer dans la sous-fenêtre **Glisser et déposer les segments**.
3. Soumettez la demande.

### Création de groupes

Cette procédure permet de créer des groupes personnalisés.

### Procédure

1. Cliquez sur **Nouveau** dans la partie inférieure de la sous-fenêtre Groupes disponibles. La fenêtre Nouveau groupe s'affiche.
2. Sélectionnez une catégorie pour ce groupe dans **Catégorie de l'ensemble de groupes** ou sélectionnez **Nouvelle catégorie** dans la liste et entrez un nom de catégorie dans la zone.
3. Entrez un nom pour le groupe dans **Nom du groupe**.
4. Sélectionnez l'indicateur de comparaison à utiliser dans la liste **Critères**.
5. Entrez une ou plusieurs valeurs pour ce critère à l'aide de l'une des méthodes suivantes :
  - Pour entrer une valeur manuellement, cliquez sur **Ajouter** et entrez le texte dans la zone de texte qui s'affiche.

- Si la fonction Sélection rapide est activée pour votre ID client, cliquez sur l'icône **Sélection rapide** () pour afficher une liste alphabétique des valeurs uniques utilisées le plus souvent pour le critère sélection, en fonction de l'activité de site récente. Sélectionnez la valeur que vous souhaitez utiliser pour ce critère à partir de la liste Enregistrements de sélection rapide ; utilisez les touches Maj ou Ctrl si vous souhaitez sélectionner plusieurs valeurs. Pour rechercher des valeurs spécifiques, utilisez la zone de recherche située dans la partie supérieure de la boîte de dialogue. Après avoir sélectionné une ou plusieurs valeurs, cliquez sur **OK**. Si vous sélectionnez plusieurs valeurs, elles sont ajoutées à l'aide d'opérateurs OR.

Seules les meilleures valeurs uniques pour le critère sélectionné sont affichées dans la liste Sélection rapide. Les autres valeurs qui n'ont pas été identifiées comme meilleures valeurs peuvent également être valides pour le critère.

**Remarque :** Pour vous aider à effectuer une sélection, cliquez sur **Exemples d'enregistrements** pour afficher des exemples de valeurs pour le critère que vous avez sélectionné.




6. Sélectionnez l'opérateur dans la liste qui apparaît.

- Si l'indicateur possède une valeur numérique, cet opérateur peut être Egal à, Supérieur ou égal à, Inférieur ou égal à ou Compris entre.
- Si l'indicateur possède une valeur de chaîne, cet opérateur peut être Est, Commence par, Se termine par, Contient ou Utilisé comme caractère générique.

Si nécessaire, cochez **NOT** pour rendre le critère exclusif (les enregistrements sont inclus s'ils ne satisfont pas ce critère).

7. Choisissez l'une des options suivantes pour appliquer des critères à votre groupe :

- Si vous n'avez pas besoin de définir d'autres critères pour ce groupe, cliquez sur **Appliquer**.  
Le critère est affiché dans la partie droite de la fenêtre.
- Pour ajouter davantage de critères avec un opérateur AND, cliquez sur **Appliquer** et retournez à l'étape 4.
- Pour ajouter davantage de valeurs à ce critère à l'aide d'un opérateur OR, cliquez sur **+ Ajouter des critères à l'aide de "OR"**, retournez à l'étape 5, puis utilisez les instructions de saisie manuelle d'une valeur.
- Pour appliquer des groupes existants à votre nouveau groupe, développez une catégorie de groupe et sélectionnez les groupes requis à partir du panneau situé dans la partie inférieure gauche. Une fois que vous les avez sélectionnés, cliquez sur **Appliquer**. Les critères sont joints à tout autre critère à l'aide d'une jointure AND. Si le groupe ne contient pas de filtres d'indicateurs (par exemple, pages vues  $\geq 3$ ), vous pouvez éventuellement sélectionner **NOT**.
- Lorsque vous superposez des critères de types différents, ils sont toujours joints par une jointure AND.

Une fois que les critères ont été créés et appliqués, ils sont affichés dans le panneau le plus à droite. Vous pouvez alors les éditer en cliquant sur l'icône Editer () pour rouvrir le critère dans le panneau de gauche ou les supprimer en cliquant sur l'icône Supprimer (). Vous pouvez supprimer des groupes existants précédemment appliqués en cliquant sur l'icône Supprimer () , ce qui ne supprime pas le groupe, mais le retire du groupe que vous êtes en train d'élaborer.

8. Une fois que vous avez terminé, cliquez sur **Enregistrer le groupe** pour fermer cette fenêtre et retourner à l'onglet **Groupes**.

### Copie de groupes

Cette procédure permet de copier des groupes personnalisés.



### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Si un groupe a déjà été défini par un autre utilisateur, vous pouvez en copier les critères et lui affecter un nouveau nom. Vous pouvez ensuite l'utiliser tel quel ou éditer, ajouter ou supprimer des critères.

## Procédure

1. Sélectionnez la catégorie du groupe dans **Catégorie du groupe**. Les groupes de cette catégorie sont affichés dans la sous-fenêtre Groupes disponibles.
2. Sélectionnez le groupe à copier et cliquez sur le bouton **Copier**. La boîte de dialogue Modifier le groupe affiche les critères configurés pour le groupe existant.
3. Sélectionnez ou créez une **catégorie de groupe** dans laquelle ce groupe sera sauvegardé.
4. Entrez un nom pour le groupe.

## Résultats

Vous pouvez maintenant sélectionner et éditer les critères existants en cliquant sur l'icône Editer (  ), les supprimer en cliquant sur l'icône Supprimer (  ) ou ajouter de nouveaux critères tel que décrit dans «Création de groupes», à la page 42.

## Edition de groupes

Cette procédure permet d'éditer des groupes personnalisés.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Si vous avez créé un groupe ou disposez des droits d'administration sur le groupe, vous pouvez l'éditer et le sauvegarder sous le même nom. Si vous essayez d'éditer un groupe que vous n'avez pas créé et que vous ne possédez pas de droits d'administration, le bouton **Modifier le groupe** se comporte comme le bouton **Copier le groupe**.




**Remarque :** Les modifications apportées aux groupes sont globales et affectent les rapports créés par les autres utilisateurs de ce groupe.

## Procédure

1. Sélectionnez la catégorie du groupe dans la liste déroulante **Catégorie du groupe**. Les groupes de cette catégorie sont affichés dans la sous-fenêtre Groupes disponibles.
2. Sélectionnez le groupe à éditer et cliquez sur le bouton **Modifier**. Un message d'avertissement vous indique les rapports affectés par ce groupe.
3. La boîte de dialogue **Modifier le groupe** affiche les critères du groupe existant.

**Remarque :** Le nom et la catégorie du groupe ne peuvent pas être modifiés.

## Résultats

Vous pouvez maintenant sélectionner et éditer les critères existants en cliquant sur l'icône Editer (  ), les supprimer en cliquant sur l'icône Supprimer (  ) ou ajouter de nouveaux critères tel que décrit dans «Création de groupes», à la page 42. Si un groupe existant a été appliqué, vous pouvez le supprimer en cliquant sur l'icône Supprimer (  ).

## Segments

Utilisez l'onglet Segment pour créer, copier ou éditer un segment pour un rapport Digital Analytics Explore ou utiliser un segment existant. Vous pouvez également renommer des filtres existants et les éditer en fonction de vos besoins. Les segments sont regroupés en catégories de segments pour une plus grande clarté.

**Remarque :** Ne cliquez pas sur **Soumettre** tant que vous n'avez pas renseigné les zones de toutes les pages requises.

### Ajout d'un segment à un rapport

Vous pouvez ajouter un segment existant à une configuration de rapport lors de la génération du rapport.

## Procédure

1. Cliquez sur l'onglet **Segments**.




2. Sélectionnez la catégorie du segment dans **Catégorie du segment**. Les segments de cette catégorie sont affichés dans la sous-fenêtre Segments disponibles.
3. Faites glisser le ou les segments à appliquer dans la sous-fenêtre **Glisser et déposer les segments**.

### Création d'un segment

Cette procédure permet de créer un segment.

#### Procédure

1. Cliquez sur **Nouveau** dans la partie inférieure de la sous-fenêtre Segments disponibles. La fenêtre Nouveau segment s'affiche.
2. Sélectionnez le type de segment.
  - **Même session** - Toutes les sessions correspondant aux critères spécifiés (pour la période de reporting considérée).
  - **Entre sessions** - Toutes les sessions des visiteurs qui correspondent aux critères spécifiés et aux dates sélectionnées (pour la période de reporting considérée). Si vous sélectionnez **Entre sessions**, vous devez spécifier les dates de début et de fin ou sélectionner **Période précédente** pour utiliser la précédente période terminée pour le rapport auquel vous appliquez le segment.  
**Remarque :** Le type de segment Entre sessions n'est pas disponible pour les rapports qui utilisent des données importées dans un fichier d'extensions de données basé sur l'enregistrement.
  - **Client multicanal** - Comprend à la fois les activités en ligne et hors ligne des clients enregistrés uniquement.

**Remarque :** Vous ne pouvez pas créer de segments IBM Tealeaf à l'aide de la fenêtre Nouveau segment. IBM Digital Analytics crée un segment Tealeaf lorsqu'un utilisateur Tealeaf user exporte des identifiants de session Tealeaf vers Digital Analytics.
3. Sélectionnez une catégorie pour ce segment dans **Catégorie de l'ensemble de segments** ou sélectionnez **Nouvelle catégorie** dans la liste et entrez un nom de catégorie dans la zone.
4. Entrez un nom pour le segment dans la zone située à droite.
5. Sélectionnez l'indicateur de comparaison à utiliser dans la liste **Critères**.
6. Entrez une ou plusieurs valeurs pour ce critère à l'aide de l'une des méthodes suivantes :
  - Pour entrer une valeur manuellement, cliquez sur **Ajouter** et entrez le texte dans la zone de texte qui s'affiche.
  - Si la fonction Sélection rapide est activée pour votre ID client, cliquez sur l'icône **Sélection rapide** () pour afficher une liste alphabétique des valeurs uniques utilisées le plus souvent pour le critère sélection, en fonction de l'activité de site récente. Sélectionnez la valeur que vous souhaitez utiliser pour ce critère à partir de la liste Enregistrements de sélection rapide ; utilisez les touches Maj ou Ctrl si vous souhaitez sélectionner plusieurs valeurs. Pour rechercher des valeurs spécifiques, utilisez la zone de recherche située dans la partie supérieure de la boîte de dialogue. Après avoir sélectionné une ou plusieurs valeurs, cliquez sur **OK**. Si vous sélectionnez plusieurs valeurs, elles sont ajoutées à l'aide d'opérateurs OR.  
  
Seules les meilleures valeurs uniques pour le critère sélectionné sont affichées dans la liste Sélection rapide. Les autres valeurs qui n'ont pas été identifiées comme meilleures valeurs peuvent également être valides pour le critère.
- Remarque :** Pour vous aider à effectuer une sélection, cliquez sur **Exemples d'enregistrements** pour afficher des exemples de valeurs pour le critère que vous avez sélectionné.
7. Sélectionnez l'opérateur dans la liste qui apparaît.
  - Si l'indicateur possède une valeur numérique, cet opérateur peut être Egal à, Supérieur ou égal à, Inférieur ou égal à ou Compris entre.
  - Si l'indicateur possède une valeur de chaîne, cet opérateur peut être Est, Commence par, Se termine par, Contient ou Utilisé comme caractère générique.

Si nécessaire, cochez **NOT** pour rendre le critère exclusif (les enregistrements sont inclus s'ils ne satisfont pas ce critère).

8. Choisissez l'une des options suivantes pour appliquer des critères à votre segment :

- Si vous n'avez pas besoin de définir d'autres critères pour ce segment, cliquez sur **Appliquer**.  
Le critère est affiché dans la partie droite de la fenêtre.
- Pour ajouter davantage de critères à l'aide d'un opérateur AND, cliquez sur **Appliquer** et retournez à l'étape 5.
- Pour ajouter davantage de valeurs à ce critère à l'aide d'un opérateur OR, cliquez sur **+ Ajouter des critères à l'aide de "OR"**, retournez à l'étape 6, puis utilisez les instructions de saisie manuelle d'une valeur.
- Pour appliquer des segments existants à votre nouveau segment, développez une catégorie de segment et sélectionnez les segments requis à partir du panneau situé dans la partie inférieure gauche de l'écran. Une fois que vous les avez sélectionnés, cliquez sur **Appliquer**. Les critères sont joints à tout autre critère à l'aide d'une jointure AND. Si le segment ne contient pas de segments d'indicateurs (par exemple, pages vues  $\geq 3$ ), vous pouvez éventuellement sélectionner **NOT**.
- Lorsque vous superposez des critères de types différents, ils sont toujours joints par une jointure AND.

Une fois que les critères ont été créés et appliqués, ils sont affichés dans le panneau le plus à droite. Vous pouvez alors les éditer en cliquant sur l'icône Editer (✎) pour rouvrir le critère dans le panneau de gauche ou les supprimer en cliquant sur l'icône Supprimer (✕). Vous pouvez supprimer des segments existants précédemment appliqués en cliquant sur l'icône Supprimer (🔄), ce qui ne supprime pas le segment, mais le retire du segment que vous êtes en train d'élaborer.

9. Une fois que vous avez terminé, cliquez sur **Enregistrer le segment** pour fermer cette fenêtre et retourner à l'onglet **Segment**.

## Résultats

### Copie d'un segment

Cette procédure permet de copier un segment.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Vous pouvez copier un segment existant et lui affecter un nouveau nom. Vous pouvez ensuite utiliser le segment, tel quel, ou éditer, ajouter ou supprimer des critères.

### Procédure

1. Sélectionnez la catégorie du segment dans **Catégorie du segment**. Les segments de cette catégorie sont affichés dans la sous-fenêtre **Segments disponibles**.
2. Sélectionnez le segment à copier et cliquez sur le bouton Copier. La boîte de dialogue Editer le segment s'affiche et présente les critères configurés pour le segment existant.
3. Sélectionnez ou créez une **Catégorie de segment** dans laquelle enregistrer ce segment.
4. Entrez un nom pour le segment.
5. Sélectionnez et éditez les critères existants en cliquant sur l'icône Editer (✎), les supprimer en cliquant sur l'icône Supprimer (✕) ou ajouter de nouveaux critères.

### Edition d'un segment

Cette procédure permet d'éditer un segment.

### Avant de commencer

Si vous avez créé un segment ou disposez des droits d'administration requis sur le segment, vous pouvez l'éditer et le sauvegarder sous le même nom. Si vous essayez d'éditer un segment que vous n'avez pas

créé et que vous ne possédez pas de droits d'administration, le bouton **Modifier le segment** se comporte comme le bouton Copier le segment.

**Remarque :** Les modifications apportées aux segments sont globales et affectent les rapports créés par les autres utilisateurs de ce segment.

### Procédure

1. Sélectionnez la catégorie du segment dans **Catégorie du segment**. Les segments de cette catégorie sont affichés dans la sous-fenêtre **Segments disponibles**.
2. Sélectionnez le segment à éditer et cliquez sur le bouton **Modifier**. Un message d'avertissement vous indique les rapports affectés par ce segment.

La boîte de dialogue Modifier le segment affiche les critères configurés pour le segment existant.

**Remarque :** Le nom et la catégorie du segment ne peuvent pas être modifiés.

### Résultats

Vous pouvez maintenant sélectionner et éditer les critères existants en cliquant sur l'icône Editer (✎), les supprimer en cliquant sur l'icône Supprimer (✖) ou ajouter de nouveaux critères. Si un segment existant a été appliqué, vous pouvez le retirer en cliquant sur l'icône Retirer (↶).

### Définition de la fréquence et de la plage de dates du rapport

Utilisez l'onglet **Dates et jeu de données** pour définir la fréquence et la plage de dates du rapport.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

La fréquence du rapport correspond au nombre d'exécutions d'un rapport. Le système prend en charge les rapports récurrents et les rapports ponctuels.

#### Rapport récurrent

Un rapport récurrent (défini par une fréquence de rapport quotidienne, hebdomadaire ou mensuelle) est exécuté au cours de la période spécifiée, en commençant par la première période qui correspond à la date de début choisie ou qui la suit.

- Vous pouvez exécuter un rapport récurrent sur les données des 13 derniers mois (400 jours) si le système Digital Analytics Explore a traité au moins 13 mois de données. La plage de dates par défaut est 400 jours.
- Pour exécuter le rapport de manière perpétuelle (jusqu'à ce qu'il soit arrêté ou supprimé), sélectionnez une date de début comprise dans les 400 jours de la date du jour et sélectionnez **Sans date de fin** pour la zone **Date de fin**. Si vous choisissez une date de début historique, les valeurs des rapports et des tendances sont préalimentées jusqu'à la période actuelle.
- Les rapports traités sont accessibles pour les 13 derniers mois.

#### Rapport ponctuel

Un rapport ponctuel est exécuté une seule fois pour la période sélectionnée ; la durée du rapport est de 93 jours au maximum.

- Les rapports traités sont accessibles pendant les 93 derniers jours.
- Vous ne pouvez pas changer pour une autre date car, par définition, un rapport ponctuel n'est exécuté qu'une seule fois dans la plage de dates spécifiée.
- L'option **Sans date de fin** n'est pas disponible pour les rapports ponctuels.
- Si vous sélectionnez des dates ultérieures à la date actuelle, le rapport ne s'exécute pas avant que la Date de fin soit passée.

### Définition du nombre limite de lignes

La sélection de l'option **Nombre de lignes** dans l'onglet **Dates et jeu de données** détermine la quantité d'informations contenues dans le rapport en fonction du type de rapport.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Pour les rapports de type Liste à plat, la sélection **Nombre de lignes** définit le nombre maximal de lignes à renvoyer dans le rapport. Par exemple, une sélection de 10 000 lignes renvoie les 10 000 premières lignes du rapport triées en fonction du premier indicateur sélectionné. En outre, tous les rapports de type Liste à plat affichent une ligne Total. Si le rapport défini contient plus de lignes que le nombre de lignes sélectionné, le reste des données est récapitulé dans une ligne Autre. Les valeurs possibles sont 50, 100, 1 000 et 10 000. Vous pouvez également sélectionner 50 000 lignes si cette option est activée pour votre ID client ; la valeur par défaut est 50 lignes.

Pour les rapports hiérarchiques, la sélection **Nombre de lignes** définit le nombre maximal de lignes à renvoyer pour chaque niveau lorsque le niveau hiérarchique est développé dans le rapport. Par exemple, si vous définissez la limite sur 100 lignes, vos rapports hiérarchiques renvoient 100 lignes de niveau supérieur, 100 lignes de deuxième niveau et 100 lignes de troisième niveau. Les valeurs possibles sont 50 et 100. La valeur par défaut est 50.

Pour les rapports de type Groupes personnalisés, la sélection **Nombre de lignes** définit le nombre maximal de lignes à renvoyer dans le rapport après avoir développé chaque groupe. Par exemple, une sélection de 100 lignes renvoie les 100 premières lignes de chaque groupe triées en fonction du premier indicateur sélectionné. Vous pouvez sélectionner jusqu'à 1 000 lignes par groupe de rapports et 10 groupes au maximum. Si le rapport défini contient plus de lignes que le nombre de lignes sélectionné dans chaque groupe, le reste des données est récapitulé dans une ligne Autre.

La sélection **Nombre de lignes** n'est pas disponible dans les rapports Comparaison des segments.

### Sélection du jeu de données

Utilisez l'onglet **Dates et jeu de données** pour spécifier le jeu de données à utiliser pour le rapport.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Le choix entre les options **Rapports complets de fichiers de données** et **Exemples de rapports** détermine la quantité d'informations traitées et la durée d'exécution d'un rapport.

### Rapports complets de fichiers de données

Renvoie toutes les données client applicables au cours de la période de génération de rapports donnée.

### Exemples de rapports

Renvoie un échantillon de la population des visiteurs client pour la période de rapport spécifiée et étudie de manière exhaustive toutes les sessions et tous les enregistrements de ces visiteurs. Digital Analytics détermine le taux d'échantillonnage approprié en fonction des volumes de données des clients. Le taux d'échantillonnage se trouve dans la zone de paramètres ouverte de chaque rapport d'échantillons.

Un rapport sur l'échantillon de données est exécuté plus rapidement car il n'utilise qu'un sous-ensemble des visiteurs et de leurs activités et il extrapole les résultats. Ce rapport peut être utile pour créer et afficher un rapport de test avant de l'exécuter sur l'ensemble des données, avoir une vue représentative des résultats et voir à quoi le rapport ressemble avant de créer un rapport complet de fichier de données.

### Définition du nom de rapport et des méthodes de distribution

Utilisez l'onglet **Nom et distribution** pour configurer le nom, la catégorie et les méthodes de distribution de votre rapport.

### Procédure

1. Entrez un nom de rapport (jusqu'à 50 caractères, par exemple, première page ou Délai de réservation pour les passagers de première classe) pour le nouveau rapport dans **Nom du rapport**.

2. Sélectionnez une **catégorie de rapports** ou entrez un nouveau nom de catégorie.

Chaque rapport doit posséder une combinaison Nom du rapport - Catégorie du rapport unique.

3. Facultatif : Entrez jusqu'à 250 caractères dans la zone **Commentaires** pour décrire le rapport.

4. Facultatif : Choisissez une méthode de distribution.

- Cochez **Recevoir par e-mail** pour que le rapport vous soit directement envoyé en pièce jointe d'un e-mail. Entrez votre adresse électronique et sélectionnez **Excel** ou **CSV** comme format de pièce jointe. La pièce jointe contient les métadonnées sur le rapport (par exemple, nom, filtre et segments) et la table de données, mais pas les graphiques.
- Cochez **Notifier par e-mail** pour être averti lorsque le rapport est généré. Entrez l'adresse électronique à laquelle vous souhaitez que la notification soit envoyée.

## Rapports Comparaison de segments

Un rapport Comparaison de segments permet d'analyser les segments des visiteurs en fonction de vos indicateurs KPI. Ce type de rapport est idéal pour les comparaisons de segments comportementales (jusqu'à 10 par rapport) entre les segments des utilisateurs ou des personas différentes.

### Segments et indicateurs

Utilisez le **générateur de rapport** pour sélectionner les colonnes de répartitions et d'indicateurs dans votre rapport de comparaison de segments.

Vous pouvez choisir jusqu'à 10 segments et 10 indicateurs. Les indicateurs peuvent être n'importe quelle combinaison d'indicateurs standard ou calculés. Vous pouvez filtrer la liste des indicateurs calculés en sélectionnant une catégorie dans la liste déroulante située au-dessus de la colonne.

Pour plus d'informations sur l'utilisation des indicateurs calculés, voir [«Indicateurs calculés»](#), à la page 18.

**Remarque :** Si vous avez l'intention d'exporter les données de session dans IBM Tealeaf, incluez l'indicateur Sessions lorsque vous générez le rapport afin de pouvoir voir le nombre de sessions de chaque ligne.

Lorsque le rapport est créé, une grille de données est créée à partir des segments et indicateurs sélectionnés.

### Ajout d'un segment à un rapport

Vous pouvez ajouter un segment existant à une configuration de rapport lors de la génération du rapport.

### Procédure

1. Cliquez sur l'onglet **Segments**.
2. Sélectionnez la catégorie du segment dans **Catégorie du segment**. Les segments de cette catégorie sont affichés dans la sous-fenêtre Segments disponibles.
3. Faites glisser le ou les segments à appliquer dans la sous-fenêtre **Glisser et déposer les segments**.

### Création d'un segment

Cette procédure permet de créer un segment.

### Procédure

1. Cliquez sur **Nouveau** dans la partie inférieure de la sous-fenêtre Segments disponibles. La fenêtre Nouveau segment s'affiche.
2. Sélectionnez le type de segment.
  - **Même session** - Toutes les sessions correspondant aux critères spécifiés (pour la période de reporting considérée).
  - **Entre sessions** - Toutes les sessions des visiteurs qui correspondent aux critères spécifiés et aux dates sélectionnées (pour la période de reporting considérée). Si vous sélectionnez **Entre sessions**,

vous devez spécifier les dates de début et de fin ou sélectionner **Période précédente** pour utiliser la précédente période terminée pour le rapport auquel vous appliquez le segment.

**Remarque :** Le type de segment Entre sessions n'est pas disponible pour les rapports qui utilisent des données importées dans un fichier d'extensions de données basé sur l'enregistrement.

- **Client multicanaux** - Comprend à la fois les activités en ligne et hors ligne des clients enregistrés uniquement.

**Remarque :** Vous ne pouvez pas créer de segments IBM Tealeaf à l'aide de la fenêtre Nouveau segment. IBM Digital Analytics crée un segment Tealeaf lorsqu'un utilisateur Tealeaf user exporte des identifiants de session Tealeaf vers Digital Analytics.

3. Sélectionnez une catégorie pour ce segment dans **Catégorie de l'ensemble de segments** ou sélectionnez **Nouvelle catégorie** dans la liste et entrez un nom de catégorie dans la zone.
4. Entrez un nom pour le segment dans la zone située à droite.
5. Sélectionnez l'indicateur de comparaison à utiliser dans la liste **Critères**.
6. Entrez une ou plusieurs valeurs pour ce critère à l'aide de l'une des méthodes suivantes :

- Pour entrer une valeur manuellement, cliquez sur **Ajouter** et entrez le texte dans la zone de texte qui s'affiche.
- Si la fonction Sélection rapide est activée pour votre ID client, cliquez sur l'icône **Sélection rapide**



( ) pour afficher une liste alphabétique des valeurs uniques utilisées le plus souvent pour le critère sélection, en fonction de l'activité de site récente. Sélectionnez la valeur que vous souhaitez utiliser pour ce critère à partir de la liste Enregistrements de sélection rapide ; utilisez les touches Maj ou Ctrl si vous souhaitez sélectionner plusieurs valeurs. Pour rechercher des valeurs spécifiques, utilisez la zone de recherche située dans la partie supérieure de la boîte de dialogue. Après avoir sélectionné une ou plusieurs valeurs, cliquez sur **OK**. Si vous sélectionnez plusieurs valeurs, elles sont ajoutées à l'aide d'opérateurs OR.

Seules les meilleures valeurs uniques pour le critère sélectionné sont affichées dans la liste Sélection rapide. Les autres valeurs qui n'ont pas été identifiées comme meilleures valeurs peuvent également être valides pour le critère.

**Remarque :** Pour vous aider à effectuer une sélection, cliquez sur **Exemples d'enregistrements** pour afficher des exemples de valeurs pour le critère que vous avez sélectionné.

7. Sélectionnez l'opérateur dans la liste qui apparaît.
- Si l'indicateur possède une valeur numérique, cet opérateur peut être Egal à, Supérieur ou égal à, Inférieur ou égal à ou Compris entre.
  - Si l'indicateur possède une valeur de chaîne, cet opérateur peut être Est, Commence par, Se termine par, Contient ou Utilisé comme caractère générique.

Si nécessaire, cochez **NOT** pour rendre le critère exclusif (les enregistrements sont inclus s'ils ne satisfont pas ce critère).

8. Choisissez l'une des options suivantes pour appliquer des critères à votre segment :
- Si vous n'avez pas besoin de définir d'autres critères pour ce segment, cliquez sur **Appliquer**. Le critère est affiché dans la partie droite de la fenêtre.
  - Pour ajouter davantage de critères à l'aide d'un opérateur AND, cliquez sur **Appliquer** et retournez à l'étape 5.
  - Pour ajouter davantage de valeurs à ce critère à l'aide d'un opérateur OR, cliquez sur **+ Ajouter des critères à l'aide de "OR"**, retournez à l'étape 6, puis utilisez les instructions de saisie manuelle d'une valeur.
  - Pour appliquer des segments existants à votre nouveau segment, développez une catégorie de segment et sélectionnez les segments requis à partir du panneau situé dans la partie inférieure gauche de l'écran. Une fois que vous les avez sélectionnés, cliquez sur **Appliquer**. Les critères sont joints à tout autre critère à l'aide d'une jointure AND. Si le segment ne contient pas de segments d'indicateurs (par exemple, pages vues >=3), vous pouvez éventuellement sélectionner **NOT**.

- Lorsque vous superposez des critères de types différents, ils sont toujours joints par une jointure AND.

Une fois que les critères ont été créés et appliqués, ils sont affichés dans le panneau le plus à droite. Vous pouvez alors les éditer en cliquant sur l'icône Editer (✎) pour rouvrir le critère dans le panneau de gauche ou les supprimer en cliquant sur l'icône Supprimer (✕). Vous pouvez supprimer des segments existants précédemment appliqués en cliquant sur l'icône Supprimer (🗑️), ce qui ne supprime pas le segment, mais le retire du segment que vous êtes en train d'élaborer.

9. Une fois que vous avez terminé, cliquez sur **Enregistrer le segment** pour fermer cette fenêtre et retourner à l'onglet **Segment**.

## Résultats

### Copie d'un segment

Cette procédure permet de copier un segment.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Vous pouvez copier un segment existant et lui affecter un nouveau nom. Vous pouvez ensuite utiliser le segment, tel quel, ou éditer, ajouter ou supprimer des critères.

### Procédure

1. Sélectionnez la catégorie du segment dans **Catégorie du segment**. Les segments de cette catégorie sont affichés dans la sous-fenêtre **Segments disponibles**.
2. Sélectionnez le segment à copier et cliquez sur le bouton Copier. La boîte de dialogue Editer le segment s'affiche et présente les critères configurés pour le segment existant.
3. Sélectionnez ou créez une **Catégorie de segment** dans laquelle enregistrer ce segment.
4. Entrez un nom pour le segment.
5. Sélectionnez et éditez les critères existants en cliquant sur l'icône Editer (✎), les supprimer en cliquant sur l'icône Supprimer (✕) ou ajouter de nouveaux critères.

### Edition d'un segment

Cette procédure permet d'éditer un segment.

### Avant de commencer

Si vous avez créé un segment ou disposez des droits d'administration requis sur le segment, vous pouvez l'éditer et le sauvegarder sous le même nom. Si vous essayez d'éditer un segment que vous n'avez pas créé et que vous ne possédez pas de droits d'administration, le bouton **Modifier le segment** se comporte comme le bouton Copier le segment.

**Remarque :** Les modifications apportées aux segments sont globales et affectent les rapports créés par les autres utilisateurs de ce segment.

### Procédure

1. Sélectionnez la catégorie du segment dans **Catégorie du segment**. Les segments de cette catégorie sont affichés dans la sous-fenêtre **Segments disponibles**.
2. Sélectionnez le segment à éditer et cliquez sur le bouton **Modifier**. Un message d'avertissement vous indique les rapports affectés par ce segment.

La boîte de dialogue Modifier le segment affiche les critères configurés pour le segment existant.

**Remarque :** Le nom et la catégorie du segment ne peuvent pas être modifiés.

## Résultats

Vous pouvez maintenant sélectionner et éditer les critères existants en cliquant sur l'icône Editer (✎), les supprimer en cliquant sur l'icône Supprimer (✖) ou ajouter de nouveaux critères. Si un segment existant a été appliqué, vous pouvez le retirer en cliquant sur l'icône Retirer (↶).

## Définition de la fréquence et de la plage de dates du rapport

Utilisez l'onglet **Dates et jeu de données** pour définir la fréquence et la plage de dates du rapport.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

La fréquence du rapport correspond au nombre d'exécutions d'un rapport. Le système prend en charge les rapports récurrents et les rapports ponctuels.

### Rapport récurrent

Un rapport récurrent (défini par une fréquence de rapport quotidienne, hebdomadaire ou mensuelle) est exécuté au cours de la période spécifiée, en commençant par la première période qui correspond à la date de début choisie ou qui la suit.

- Vous pouvez exécuter un rapport récurrent sur les données des 13 derniers mois (400 jours) si le système Digital Analytics Explore a traité au moins 13 mois de données. La plage de dates par défaut est 400 jours.
- Pour exécuter le rapport de manière perpétuelle (jusqu'à ce qu'il soit arrêté ou supprimé), sélectionnez une date de début comprise dans les 400 jours de la date du jour et sélectionnez **Sans date de fin** pour la zone **Date de fin**. Si vous choisissez une date de début historique, les valeurs des rapports et des tendances sont préalimentées jusqu'à la période actuelle.
- Les rapports traités sont accessibles pour les 13 derniers mois.

### Rapport ponctuel

Un rapport ponctuel est exécuté une seule fois pour la période sélectionnée ; la durée du rapport est de 93 jours au maximum.

- Les rapports traités sont accessibles pendant les 93 derniers jours.
- Vous ne pouvez pas changer pour une autre date car, par définition, un rapport ponctuel n'est exécuté qu'une seule fois dans la plage de dates spécifiée.
- L'option **Sans date de fin** n'est pas disponible pour les rapports ponctuels.
- Si vous sélectionnez des dates ultérieures à la date actuelle, le rapport ne s'exécute pas avant que la Date de fin soit passée.

## Sélection du jeu de données

Utilisez l'onglet **Dates et jeu de données** pour spécifier le jeu de données à utiliser pour le rapport.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Le choix entre les options **Rapports complets de fichiers de données** et **Exemples de rapports** détermine la quantité d'informations traitées et la durée d'exécution d'un rapport.

### Rapports complets de fichiers de données

Renvoie toutes les données client applicables au cours de la période de génération de rapports donnée.

### Exemples de rapports

Renvoie un échantillon de la population des visiteurs client pour la période de rapport spécifiée et étudie de manière exhaustive toutes les sessions et tous les enregistrements de ces visiteurs. Digital Analytics détermine le taux d'échantillonnage approprié en fonction des volumes de données des clients. Le taux d'échantillonnage se trouve dans la zone de paramètres ouverte de chaque rapport d'échantillons.

Un rapport sur l'échantillon de données est exécuté plus rapidement car il n'utilise qu'un sous-ensemble des visiteurs et de leurs activités et il extrapole les résultats. Ce rapport peut être utile pour créer et afficher un rapport de test avant de l'exécuter sur l'ensemble des données, avoir une vue



représentative des résultats et voir à quoi le rapport ressemble avant de créer un rapport complet de fichier de données.

### Définition du nom de rapport et des méthodes de distribution

Utilisez l'onglet **Nom et distribution** pour configurer le nom, la catégorie et les méthodes de distribution de votre rapport.

#### Procédure

1. Entrez un nom de rapport (jusqu'à 50 caractères, par exemple, première page ou Délai de réservation pour les passagers de première classe) pour le nouveau rapport dans **Nom du rapport**.
2. Sélectionnez une **catégorie de rapports** ou entrez un nouveau nom de catégorie.  
Chaque rapport doit posséder une combinaison Nom du rapport - Catégorie du rapport unique.
3. Facultatif : Entrez jusqu'à 250 caractères dans la zone **Commentaires** pour décrire le rapport.
4. Facultatif : Choisissez une méthode de distribution.
  - Cochez **Recevoir par e-mail** pour que le rapport vous soit directement envoyé en pièce jointe d'un e-mail. Entrez votre adresse électronique et sélectionnez **Excel** ou **CSV** comme format de pièce jointe. La pièce jointe contient les métadonnées sur le rapport (par exemple, nom, filtre et segments) et la table de données, mais pas les graphiques.
  - Cochez **Notifier par e-mail** pour être averti lorsque le rapport est généré. Entrez l'adresse électronique à laquelle vous souhaitez que la notification soit envoyée.

### Rapports en direct

Les rapports en direct sont des rapports à plat dont les données sont actualisées en temps réel avec une granularité horaire. Utilisez des rapports en direct pour consulter les données les plus récentes sur votre site et analyser les tendances horaires.

Les rapports en direct s'exécutent toujours sur un jeu de données complet lors de l'affichage du rapport. Par conséquent, les options d'échantillonnage, de jeu de données et de distribution disponibles pour d'autres rapports ne le sont pas pour les rapports en direct. En outre, les options d'indicateurs calculés, de segmentation, de ciblage, d'annotation, de zoom relationnel et de distribution ne sont pas disponibles pour les rapports en direct.

Les données des rapports en direct sont conservées pendant huit jours au minimum, ce qui vous permet de comparer les données du jour avec celles du même jour de la semaine précédente.


#### Ajout de colonnes et d'indicateurs dans un rapport Live

Vous pouvez inclure jusqu'à trois colonnes et dix indicateurs dans un rapport Live. Lorsque le rapport est généré, une grille de données est créée à partir des colonnes et indicateurs sélectionnés.

#### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Lorsque vous sélectionnez une colonne d'affichage, les colonnes et les indicateurs disponibles restants sont limités en fonction de la colonne choisie. Par exemple, si vous choisissez d'afficher **Pages et Langue de la page** ensemble, la vue de la page d'accueil est divisée en Accueil-Anglais, Accueil-Allemand, Accueil-Espagnol et ainsi de suite. Il peut être intéressant d'afficher certaines données côte à côte (par exemple, Page et Catégorie ou Page et Page - Attribut : Auteur), mais d'autres combinaisons ne présentent aucun intérêt (par exemple, Nom de produit et Pays). Par conséquent, les choix restants pour les colonnes d'affichage et les indicateurs sont limités en fonction des colonnes actuellement sélectionnées.

Utilisez l'onglet **Colonnes et indicateurs** pour sélectionner des colonnes et des indicateurs. L'écran est divisé en quatre sous-fenêtres : **Colonnes d'affichage disponibles**, **Glisser et déposer les colonnes d'affichage**, **Sélectionner des indicateurs disponibles** et **Glisser et déposer les indicateurs**.

**Colonnes d'affichage disponibles** est initialement alimenté avec la liste des types de zone de données. Chacun des types de zone peut être développé en cliquant sur l'icône  pour afficher les colonnes d'affichage disponibles dans chaque type de zone.

## Procédure

1. Faites glisser la première colonne d'affichage à utiliser dans **Glisser et déposer les colonnes**.

Vous pouvez sélectionner jusqu'à trois colonnes.

Lorsque vous sélectionnez une colonne, elle s'affiche en haut à gauche de l'écran. Certaines des colonnes d'affichage restantes sont supprimées de la sous-fenêtre **Colonnes d'affichage disponibles**. Ces colonnes sont supprimées car elles ne sont pas compatibles avec la colonne sélectionnée.

Les indicateurs disponibles sont répertoriés dans l'onglet **Standard** de la colonne Sélectionner des indicateurs disponibles.

2. Faites glisser les indicateurs requis de la colonne Sélectionner des indicateurs disponibles vers la colonne Glisser et déposer les indicateurs.

Votre rapport peut comprendre jusqu'à cinq indicateurs.

**Remarque :** Les indicateurs calculés et les indicateurs personnalisés ne sont pas disponibles pour les rapports Live.

Lorsque vous sélectionnez un indicateur, il s'affiche en haut à droite de l'écran.

## Filtres dans les rapports Live

Un filtre se compose d'un ou de plusieurs critères ajoutés à un rapport pour restreindre ses résultats. Ces critères comparent un indicateur avec une valeur et incluent ou excluent des enregistrements en fonction des critères indiqués.

Par exemple, vous pouvez restreindre le rapport aux visiteurs en provenance des Etats-Unis. Un critère comprend un indicateur et une ou plusieurs comparaisons.

Utilisez l'onglet **Filtre** pour créer, copier ou éditer un filtre pour un rapport, ou pour utiliser un filtre existant. Vous pouvez également renommer des filtres existants et les éditer en fonction de vos besoins spécifiques. Les filtres sont regroupés en catégories de filtres pour une plus grande clarté.

L'onglet **Filtre** des rapports en direct contient également une colonne Sélectionner des lignes, dans laquelle vous pouvez sélectionner le nombre maximal de lignes à inclure dans les résultats du rapport.

## Utilisation d'un filtre existant

Cette procédure permet d'ajouter un filtre existant à un rapport.

## Procédure

1. Sélectionnez la catégorie du filtre dans la liste **Catégorie du filtre**. Les filtres de la catégorie sélectionnée sont affichés dans la sous-fenêtre **Filtres disponibles**.
2. Faites glisser le ou les filtres à appliquer dans la sous-fenêtre **Glisser et déposer les filtres**.

## Création d'un filtre

Cette procédure permet de créer un filtre.


## Avant de commencer

**Remarque :** Vous devez définir les indicateurs et colonnes d'affichage à utiliser avant de créer un filtre pour un rapport.

## Procédure

1. Cliquez sur **Nouveau** dans la partie inférieure de la sous-fenêtre **Filtres disponibles**. La boîte de dialogue Nouveau filtre s'affiche.
2. Sélectionnez une catégorie pour ce filtre dans **Catégorie de filtres** ou sélectionnez **Nouvelle catégorie** dans la liste et entrez un nom de catégorie dans la zone.
3. Entrez un nom pour le filtre dans la zone de droite.
4. Sélectionnez l'indicateur de comparaison à utiliser dans la liste **Critères**.

5. Entrez une ou plusieurs valeurs pour ce critère à l'aide de l'une des méthodes suivantes :

- Pour entrer une valeur manuellement, cliquez sur **Ajouter** et entrez le texte dans la zone de texte qui s'affiche.
- Si la fonction Sélection rapide est activée pour votre ID client, cliquez sur l'icône **Sélection rapide** () pour afficher une liste alphabétique des valeurs uniques utilisées le plus souvent pour le critère sélection, en fonction de l'activité de site récente. Sélectionnez la valeur que vous souhaitez utiliser pour ce critère à partir de la liste Enregistrements de sélection rapide ; utilisez les touches Maj ou Ctrl si vous souhaitez sélectionner plusieurs valeurs. Pour rechercher des valeurs spécifiques, utilisez la zone de recherche située dans la partie supérieure de la boîte de dialogue. Après avoir sélectionné une ou plusieurs valeurs, cliquez sur **OK**. Si vous sélectionnez plusieurs valeurs, elles sont ajoutées à l'aide d'opérateurs OR.

Seules les meilleures valeurs uniques pour le critère sélectionné sont affichées dans la liste Sélection rapide. Les autres valeurs qui n'ont pas été identifiées comme meilleures valeurs peuvent également être valides pour le critère.

**Remarque :** Pour vous aider à effectuer une sélection, cliquez sur **Exemples d'enregistrements** pour afficher des exemples de valeurs pour le critère que vous avez sélectionné.




6. Sélectionnez l'opérateur dans la liste qui apparaît.

- Si l'indicateur possède une valeur numérique, cet opérateur peut être Egal à, Supérieur ou égal à, Inférieur ou égal à ou Compris entre.
- Si l'indicateur possède une valeur de chaîne, cet opérateur peut être Est, Commence par, Se termine par, Contient ou Utilisé comme caractère générique.

Si nécessaire, cochez **NOT** pour rendre le critère exclusif (les enregistrements sont inclus s'ils ne satisfont pas ce critère).

7. Choisissez l'une des options suivantes pour appliquer des critères à votre filtre :

- Si vous n'avez pas besoin de définir d'autres critères pour ce filtre, cliquez sur **Appliquer**.  
Le critère est affiché dans la partie droite de la fenêtre.
- Pour ajouter davantage de critères avec un opérateur AND, cliquez sur **Appliquer** et retournez à l'étape 4.
- Pour ajouter davantage de valeurs à ce critère à l'aide d'un opérateur OR, cliquez sur **+ Ajouter des critères à l'aide de "OR"**, retournez à l'étape 5, puis utilisez les instructions de saisie manuelle d'une valeur.
- Pour appliquer des filtres existants à votre nouveau filtre, développez une catégorie de filtre et sélectionnez les filtres requis à partir du panneau à partir du panneau situé dans la partie inférieure gauche de l'écran. Une fois que vous les avez sélectionnés, cliquez sur **Appliquer**. Les critères sont joints à tout autre critère à l'aide d'une jointure AND. Si le filtre ne contient pas de filtres d'indicateurs (par exemple, pages vues  $\geq 3$ ), vous pouvez éventuellement sélectionner **NOT**.
- Lorsque vous superposez des critères de types différents, ils sont toujours joints par une jointure AND.

Une fois que les critères ont été créés et appliqués, ils sont affichés dans le panneau le plus à droite. Vous pouvez alors les éditer en cliquant sur l'icône Editer () pour rouvrir le critère dans le panneau de gauche ou les supprimer en cliquant sur l'icône Supprimer (). Vous pouvez supprimer des filtres existants précédemment appliqués en cliquant sur l'icône Supprimer (), ce qui ne supprime pas le filtre, mais le retire du filtre que vous êtes en train d'élaborer.

8. Une fois que vous avez terminé, cliquez sur **Enregistrer le filtre** pour fermer cette fenêtre et retourner à l'onglet **Filtre**.

## Copie d'un filtre

Cette procédure permet de copier un filtre.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Vous pouvez copier un filtre existant, lui donner un nouveau nom puis l'utiliser en l'état ou l'éditer, y ajouter ou y supprimer des critères.

### Procédure

1. Sélectionnez la catégorie du filtre dans **Catégorie du filtre**. Les filtres de la catégorie sont affichés dans la sous-fenêtre Filtres disponibles.
2. Sélectionnez le filtre à copier et cliquez sur **Copier**. La boîte de dialogue **Modifier le filtre** affiche les critères du filtre existant.
3. Sélectionnez ou créez une catégorie de filtre dans laquelle ce filtre sera sauvegardé.
4. Entrez un nom pour le filtre.
5. Sélectionnez et éditez les critères existants en cliquant l'icône Editer (✎), supprimez les critères en cliquant sur l'icône Supprimer (✖) ou ajoutez de nouveaux critères.

### Edition d'un filtre

Cette procédure permet d'éditer un filtre existant.

### Avant de commencer

Si vous avez créé un filtre ou disposez des droits d'administration sur ce filtre, vous pouvez l'éditer et le sauvegarder sous le même nom. Si vous ne disposez pas des droits nécessaires à l'édition d'un filtre, l'icône **Editer** vous permet uniquement de copier le filtre.

**Remarque :** Les modifications apportées à un filtre sont globales et affectent tous les rapports qui les mettent en oeuvre, notamment ceux créés par d'autres utilisateurs.

### Procédure

1. Sélectionnez la catégorie du filtre dans la liste **Catégorie du filtre**. Les filtres de cette catégorie sont affichés dans la sous-fenêtre Filtres disponibles.
2. Sélectionnez le filtre à éditer et cliquez sur l'icône **Editer**. Un message d'avertissement vous indique les rapports affectés par ce filtre.
3. La boîte de dialogue Modifier le filtre affiche les critères du filtre existant.

**Remarque :** Le nom et la catégorie du filtre ne peuvent pas être modifiés.

### Résultats

Vous pouvez maintenant sélectionner et éditer les critères existants en cliquant sur l'icône Editer (✎), supprimer les critères en cliquant sur l'icône Supprimer (✖) ou ajouter de nouveaux critères. Si vous avez appliqué un filtre existant, vous pouvez le supprimer en cliquant sur l'icône Supprimer (↵).

### Définition du nombre limite de lignes d'un rapport Live

Par défaut, les rapports en direct affichent 50 lignes de données au maximum. Les valeurs possibles sont 50, 100, 1 000 et 10 000. L'option 50 000 n'est pas disponible pour les rapports en direct.

### Procédure

- Dans la colonne Sélectionner des lignes de l'onglet **Filtre**, sélectionnez le nombre maximal de lignes à renvoyer dans le rapport.

## Résultats

Le rapport renvoie des résultats jusqu'au nombre limite de lignes choisi, les lignes étant triées à l'aide du premier indicateur sélectionné. Si les résultats du rapport contiennent plus de lignes que le nombre maximal de lignes sélectionné, le reste des données est récapitulé dans une ligne Autre.

## Définition du nom du rapport Live

Utilisez l'onglet **Nom** pour saisir un nom de rapport et sélectionner une catégorie pour le rapport.

## Procédure

1. Entrez un nom (jusqu'à 50 caractères) pour le nouveau rapport dans la zone **Nom du rapport**.
2. Sélectionnez une **catégorie de rapports** ou entrez un nouveau nom de catégorie.
3. Facultatif : Entrez jusqu'à 250 caractères dans la zone **Commentaires** pour décrire le rapport.

## Module Lifecycle

---

Le module Lifecycle est un module sous licence qui permet de comprendre le cycle de vie d'un client et de découvrir ce qui motive le client à passer à l'étape suivante.

Lifecycle permet de comprendre quelles étapes vos visiteurs ont atteint et quels sont les campagnes, produits et contenu qui font évoluer les clients tout au long du cycle de vie. Vous pouvez ensuite cibler ces visiteurs pour déclencher leur évolution. La capacité de faire passer plus rapidement les clients d'une étape à une autre permet d'améliorer les résultats de l'entreprise.

La vue Lifecycle segmente les clients en étapes clé et communique les informations sur ce segment de clients et les clients qui ont migré d'une étape ou d'un segment vers une autre étape ou un autre segment pendant la période du rapport. Ces informations vous permettent :

- De personnaliser le marketing et le contenu du site en fonction des préférences des segments de votre cycle de vie
- De cibler automatiquement les segments du cycle de vie à l'aide de l'intégration d' IBM LIVEmail
- De découvrir les détails qui incitent les clients à passer à l'étape suivante

## Création de rapports Lifecycle

Les utilisateurs d'un module Lifecycle sous licence disposent d'options de génération de rapports différentes s'ils utilisent **Lifecycle** dans l'écran **Créer un nouveau rapport**.

Les onglets de configuration ci-après sont disponibles pour les rapports de type Lifecycle.

### Jalons

L'onglet **Jalons** permet de définir des jalons pour un rapport.

- L'option **Ajouter un jalon** définit jusqu'à six jalons pour le rapport. Une fois que vous avez ajouté chaque jalon, l'option **Ajouter un jalon** se déplace vers la droite. Vous pouvez faire glisser des jalons pour les repositionner.
- L'option d'**affichage de la progression des jalons** est sélectionnée par défaut. Si vous désélectionnez cette option, le rapport ne contient pas de flèches entre les zones et les indicateurs Nombre de jours entre et Nombre de sessions entre ne sont pas calculés.

### Logique de traitement des jalons

Vous pouvez choisir l'une des deux options suivantes pour le traitement des données de jalon :

#### Entonnoir

Les visiteurs sont signalés dans chaque jalon qu'ils atteignent et doivent atteindre les jalons précédents chronologiquement.

## Indépendant

Les visiteurs sont signalés uniquement dans les jalons qui correspondent aux critères à partir de la dernière session de la période.

## Logique de suivi des visiteurs sur plusieurs sessions

Un ID visiteur est associé à chaque session. L'ID visiteur est une valeur définie par Digital Analytics qui est stockée dans un cookie persistant sur le navigateur du visiteur du site. Chaque ID visiteur est signalé comme visiteur unique dans les résultats de jalons.

Digital Analytics gère un mappage plusieurs-à-plusieurs entre des valeurs d'ID visiteur et des valeurs d'ID d'inscription. Par exemple, si un visiteur accède à un site Web à partir d'un bloc-notes, d'un smartphone et d'une tablette, Digital Analytics crée trois valeurs d'ID visiteur distinctes, une pour chaque périphérique. Une fois que le visiteur s'est enregistré sur chaque périphérique (par exemple, en effectuant un achat), l'ID d'inscription unique (par exemple, l'adresse e-mail) peut être utilisée pour corréler toutes les activités du visiteur sur les trois périphériques.

En outre, si le visiteur supprime les cookies de l'un de ces périphériques, la prochaine fois qu'il se rendra sur le site Web à partir de ce périphérique, un quatrième ID visiteur sera créé. Si le visiteur effectue un événement d'enregistrement sur ce périphérique, Digital Analytics peut corréler une précédente activité de session qui a été suivie sous le quatrième ID visiteur comme appartenant à l'ID d'enregistrement unique.

Si le rôle approprié est activé pour votre ID client, vous pouvez choisir l'une des deux options suivantes pour le suivi des visiteurs entre les sessions :

### ID visiteur exclusivement

Utilisez uniquement l'ID visiteur pour identifier des visiteurs entre des sessions.

### Visiteur & ID d'inscription

Utilisez les valeurs d'ID visiteur et d'ID d'inscription pour identifier les visiteurs entre des sessions. Lorsque cette option est sélectionnée, Digital Analytics Explore peut détecter si plusieurs ID visiteur sont mappés à un ID d'inscription. Ces informations peuvent permettre d'améliorer l'analyse du cycle de vie des visiteurs. Autrement dit, elle peuvent développer le jeu de données sur lequel l'analyse de cycle de vie est exécutée. Par exemple, vous pouvez utiliser ce type de logique pour améliorer le suivi du comportement de visiteur sur plusieurs périphériques (lorsqu'une personne s'est enregistrée sur votre site à partir de plusieurs périphériques).

## Ajout de jalons à un rapport Lifecycle

Utilisez l'onglet Jalons pour ajouter jusqu'à six jalons à votre rapport.

## Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Ajoutez des jalons pour définir le chemin de cycle de vie. Après avoir créé un jalon, vous pouvez cliquer dessus et le faire glisser afin de modifier sa position dans la progression de jalon. Vous pouvez également éditer ou supprimer un jalon à l'aide des icônes figurant en regard de son nom.

## Procédure

1. Cliquez sur **Ajouter un jalon** pour ouvrir la boîte de dialogue **Nouveau jalon**.
2. Entrez un nom de jalon et entrez des critères.
3. Cliquez sur **Appliquer** pour ajouter les critères au jalon.
4. Une fois que vous avez ajouté tous vos critères, cliquez sur **Enregistrer le jalon**.
5. Continuez d'ajouter des jalons pour définir le chemin de cycle de vie.
6. Sélectionnez la logique de traitement qui doit s'appliquer au rapport : **Entonnoir** ou **Indépendant**.
7. Sélectionnez la logique de traitement de visiteurs sur plusieurs sessions qui doit s'appliquer au rapport : **ID visiteur exclusivement** ou **Visiteur & Identifiant d'inscription**.

## Résultats

Les jalons sont affichés sur la page.

## Que faire ensuite

Une fois que vous avez terminé d'ajouter des jalons au rapport, cliquez sur l'onglet **Indicateurs** pour continuer.

## Indicateurs dans les rapports Cycle de vie

Initialement, l'onglet Indicateurs contient trois indicateurs présélectionnés : Visiteurs uniques, Nombre de jours pour atteindre et Nombre de sessions pour atteindre. Vous pouvez faire glisser cinq indicateurs supplémentaires à ajouter au rapport, ces indicateurs peuvent être des indicateurs standard, calculés ou personnalisés.

Vous pouvez filtrer la liste des indicateurs calculés en sélectionnant une catégorie dans la liste déroulante située au-dessus de la colonne. Lors de la visualisation de la migration des visiteurs, les indicateurs "Nombre de jours pour atteindre" et "Nombre de sessions pour atteindre" deviennent respectivement "Nombre de jours entre" et "Nombre de sessions entre". Pour ces deux indicateurs, une modification négative représente un résultat correct.

## Concepts associés

«Indicateurs calculés», à la page 18

Un indicateur calculé dans Digital Analytics Explore est un indicateur défini par l'utilisateur qui comprend une formule construite à partir d'un ou de plusieurs indicateurs, opérateurs ou constantes. Vous pouvez inclure des indicateurs calculés dans les rapports suivants : Liste à plat, hiérarchiques, Groupes filtrés, Comparaison de segments et Cycle de vie. Les indicateurs calculés ne sont pas disponibles pour les rapports en direct.

«Indicateurs personnalisés», à la page 19

Un indicateur personnalisé est un indicateur défini par l'utilisateur à partir d'un indicateur standard ou d'une zone d'attribut. Vous pouvez définir trois types d'indicateurs personnalisés : des indicateurs de segment, des indicateurs de filtre et des indicateurs d'attribut. Vous pouvez aussi utiliser la fonction d'indicateurs personnalisés pour créer un alias d'un indicateur standard avec un nom personnalisé.

## Dates

L'onglet Dates permet d'indiquer si le rapport doit être exécuté toutes les semaines, tous les mois ou une seule fois (exécution globale). Par défaut, il est exécuté tous les mois.

- Pour les rapports ponctuels, entrez ou sélectionnez une date de début et une date de fin. Les plages de dates des rapports ponctuels ne peuvent pas dépasser 93 jours.
- Pour les rapports mensuels, la date de début correspond au premier jour du mois précédent.
- Pour les rapports hebdomadaires, la date de début correspond au premier jour de la première semaine complète du mois précédent.
- Pour la période d'un cycle de vie, entrez une valeur relative pouvant atteindre les 400 derniers jours.

## Segments dans les rapports Cycle de vie

Servez-vous de l'onglet Segments pour appliquer un segment à votre rapport. Les segments limitent votre rapport à un segment de la population de visiteurs qui répond à vos critères. Si vous n'appliquez pas de segment, le rapport analyse tous les visiteurs. Les segments sont facultatifs pour les rapports Lifecycle.

## Application de segments Tealeaf inter-session aux rapports Cycle de vie

Vous pouvez appliquer un segment inter-session d'ID visiteur de IBM Tealeaf à un rapport Cycle de vie pour analyser les conversions, les difficultés et la progression à travers des jalons. Par exemple, vous pouvez utiliser un segment Tealeaf pour identifier combien de visiteurs ne sont pas passés par un jalon en raison de difficultés identifiées dans IBM Tealeaf. Puis vous pouvez cibler le segment non migrateur dans IBM Tealeaf pour examiner leur expérience sur site.

### Utilisation de l'onglet Zooms

L'onglet **Zooms** permet de définir un total de trois zooms disponibles pour chaque segment d'étape et l'ensemble des nouveaux entrants dans l'étape. Le zoom **Canaux marketing** est sélectionné par défaut. Vous pouvez sélectionner jusqu'à deux zooms supplémentaires.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Cet onglet permet de sélectionner les zooms dont vous avez besoin dans le rapport.

### Procédure

- Pour sélectionner un zoom supplémentaire, faites glisser les colonnes d'affichage (jusqu'à trois) et les indicateurs (jusqu'à cinq) et cliquez sur **Enregistrer la vue Zoom relationnel**.

Vous pouvez utiliser des indicateurs standard ou calculés dans le zoom. Vous pouvez filtrer la liste des indicateurs calculés en sélectionnant une catégorie dans la liste déroulante située au-dessus de la colonne. Pour plus d'informations sur l'utilisation des indicateurs calculés, voir [«Indicateurs calculés»](#), à la page 18.

Le zoom apparaît dans la liste, en haut à droite de la fenêtre.

- Pour éditer un zoom sauvegardé, cliquez sur l'icône **Modifier** (✎).
- Pour supprimer un zoom enregistré, cliquez sur l'icône **Supprimer** (✕).

### Définition du nom de rapport et des méthodes de distribution

Utilisez l'onglet **Nom et distribution** pour configurer le nom, la catégorie et les méthodes de distribution de votre rapport.

### Procédure

1. Entrez un nom de rapport (jusqu'à 50 caractères, par exemple, première page ou Délai de réservation pour les passagers de première classe) pour le nouveau rapport dans **Nom du rapport**.
2. Sélectionnez une **catégorie de rapports** ou entrez un nouveau nom de catégorie.  
Chaque rapport doit posséder une combinaison Nom du rapport - Catégorie du rapport unique.
3. Facultatif : Entrez jusqu'à 250 caractères dans la zone **Commentaires** pour décrire le rapport.
4. Facultatif : Choisissez une méthode de distribution.
  - Cochez **Recevoir par e-mail** pour que le rapport vous soit directement envoyé en pièce jointe d'un e-mail. Entrez votre adresse électronique et sélectionnez **Excel** ou **CSV** comme format de pièce jointe. La pièce jointe contient les métadonnées sur le rapport (par exemple, nom, filtre et segments) et la table de données, mais pas les graphiques.
  - Cochez **Notifier par e-mail** pour être averti lorsque le rapport est généré. Entrez l'adresse électronique à laquelle vous souhaitez que la notification soit envoyée.

## Affichage de rapports Lifecycle : cycle de vie acheteur

Cet exemple décrit un rapport de présentation du cycle de vie acheteur. Il analyse spécifiquement les visiteurs qui ont accédé au site en juillet 2010 et affiche les étapes que ces visiteurs ont atteintes au cours des 400 derniers jours.

L'exemple de rapport répond aux questions suivantes sur les visiteurs :

- S'agit-il d'acheteurs ?
- Achètent-ils à plusieurs reprises ?
- Combien de visiteurs sont passés à l'étape suivante ?
- Combien de temps cela a-t-il pris ?
- Sur combien de nos programmes marketing ont-ils cliqué ?
- Sur quels canaux marketing ont-ils cliqué ? Quels produits ont-ils acheté ? Quel contenu ont-ils affiché ?



- Les efforts au cours de cette période ont-ils eu un impact positif sur la progression ? Comment cette période se situe-t-elle par rapport à la période précédente ? Comment se situe-t-elle dans le temps (tendance) ?

## Dates et Comparer

### Dates

Sélectionnez une plage de dates traitée. Plus le rapport est actif pendant longtemps, plus vous pouvez sélectionner de périodes de comparaison.

### Comparer

Si l'option **Comparer** est sélectionnée, le pourcentage de modification est indiqué en regard de chaque indicateur. La période (B) hérite du segment de la période (A).

## Détails des visiteurs

Cette section réductible (développée par défaut) présente les indicateurs sur les visiteurs qui ont accédé au site au cours de cette période et qui satisfont les critères de segment affichés.

### Jalons

L'onglet **Étapes** permet de définir des étapes dans un rapport.

- L'option **Ajouter une étape** permet de définir jusqu'à six étapes pour le rapport. Une fois que vous avez ajouté chaque étape, **Ajouter une étape** se déplace vers la droite. Vous pouvez faire glisser des étapes pour les repositionner.
- L'option **Show Milestone Progression** est sélectionnée par défaut. Si vous la désélectionnez, le rapport ne contient pas de flèches entre les zones et les indicateurs Nombre de jours entre et Nombre de sessions entre ne sont pas calculés.

## Migrateurs

Chaque zone **Migrateurs** représente le segment des visiteurs qui accèdent pour la première fois à cette étape au cours de la période de calendrier.

Les informations affichées sont les suivantes :

- Visiteurs uniques - Nombre total de visiteurs qui accèdent pour la première fois à cette étape au cours de la période A et % de modification par rapport à la période **Comparer**.
- Nombre de jours entre
- Nombre de sessions entre
- Indicateurs sélectionnés lors de la configuration du rapport.

## Indicateurs supplémentaires

Les rapports Cycle de vie proposent les indicateurs supplémentaires suivants :

### Détails des visiteurs

Nombre de visiteurs uniques qui ont visité au moins une fois le site au cours de la période A et qui satisfont les critères de segment.

### Avg Days to Reach

Nombre moyen de jours écoulés entre le moment où un visiteur a atteint une étape et celui de la première session du visiteur au cours du cycle de vie.

### Avg Days Between

Nombre moyen de jours écoulés entre le moment où un visiteur a atteint une étape et celui où le visiteur a atteint l'étape précédente (applicable uniquement si la case **Show Progression** est cochée).

### Avg Sessions to Reach


Nombre moyen de sessions entre le moment où un visiteur a atteint une étape et celui de la première session du visiteur au cours du cycle de vie.

### **Avg Sessions Between**

Nombre moyen de sessions entre le moment où un visiteur a atteint l'étape et celui où le visiteur a atteint l'étape précédente (applicable uniquement si la case **Show Progression** est cochée).

**Remarque :** Les indicateurs sous + Afficher plus d'indicateurs, dans les zones des étapes, représentent le comportement des visiteurs pour la période A et non pas pour la période du cycle de vie.

### **Zoom**

Cliquez avec l'icône Zoom  sur un segment pour obtenir plus d'informations sur ce segment. Un menu présente les zooms disponibles pour le segment.

Vous pouvez positionner le curseur au-dessus des indicateurs pour obtenir des informations de contexte supplémentaires.

**Remarque :** Les indicateurs sous + Afficher plus d'indicateurs, dans les zones des étapes, représentent le comportement de ces visiteurs pour la période A et non pas pour la période du cycle de vie.

La sélection de l'option Meilleurs produits affiche les détails du zoom dans la section inférieure de la fenêtre.

### **Tendance**

Sélectionnez **Tendance** pour représenter les modifications d'indicateur par étape. Le nombre de périodes disponibles pour les tendances dépend de la durée d'exécution du rapport. Par défaut, l'application affiche les cinq dernières périodes.

Les cases à cocher de la légende contrôlent les valeurs qui s'affichent dans le graphique et la table de données sous le graphique.

### **Détails**

Sélectionnez **Détails** pour afficher un récapitulatif des principaux détails collectés dans les rapports et notamment les principaux éléments fournisseur qui influencent le marketing, les principales actions et les principaux indicateurs.

Les principaux pilotes des fournisseurs marketing sont les suivants :

#### **Etape**

Affiche chaque étape et chaque étape cible de la migration.

#### **Fournisseur marketing**

Répertorie les principaux fournisseurs marketing en termes de visiteurs uniques.

#### **Visiteurs influencés**

Affiche le nombre correspondant de visiteurs uniques.

#### **% influencés**

Affiche le % de visiteurs influencés ou de visiteurs de l'étape

#### **Influence de la marque (chargement direct)**

Affiche le % de visiteurs uniques ayant utilisé un chargement direct ou de visiteurs uniques qui sont passés par plusieurs étapes

Les principales actions sont les suivantes :

#### **Indicateur**

Affiche les indicateurs Visiteurs uniques, Nombre de jours pour atteindre, Nombre de sessions pour atteindre, Nombre de jours entre, Nombre de sessions entre.

**Remarque :** Ces indicateurs sont codés en dur à l'exception de Nombre de jours entre et Nombre de sessions entre. Les indicateurs Nombre de jours entre et Nombre de sessions entre ne sont affichés que si Lifecycle a été défini de sorte à afficher les flèches **Milestone Progression** dans l'onglet Etape de l'assistant de génération.

### Etape

Indique le nom de l'étape possédant la plus grande modification positive ou négative entre les périodes A et B.

### Modifier

Indique la valeur de la modification.

**Remarque :** Il est préférable d'avoir des valeurs faibles pour les étapes Nombre de jours pour atteindre et Nombre de sessions pour atteindre. Les nombres négatifs sont affichés en vert et les nombres positifs, en rouge.

**Remarque :** Les principales actions ne sont pas affichées si la période B n'est pas activée.

Les principaux indicateurs sont les suivants :

### Indicateur

Répertorie les indicateurs que vous avez sélectionnés dans l'onglet Indicateurs de l'assistant de génération de rapport.

### Etape

Indique le nom de l'étape qui possède la valeur la plus élevée pour cet indicateur.

### Valeur

Affiche la valeur d'indicateur correspondante.

### Ciblage de segments de visiteurs Cycle de vie dans d'autres applications

Vous pouvez cibler certains segments de visiteurs d'un rapport Cycle de vie dans IBM LIVEmail, IBM Campaign ou IBM Tealeaf.

### Avant de commencer

Pour cibler des segments de visiteurs dans IBM Campaign, IBM Campaign doit être activé et vous devez avoir accès à IBM Export.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Vous pouvez choisir parmi différentes options de reciblage :

#### Détails des visiteurs

Reciblez les ID de tous les visiteurs uniques durant la plage de dates du rapport.

#### Jalons

Reciblez les ID des visiteurs qui ont atteint un jalon particulier durant la période de rétention des données (jusqu'à 400 jours).

#### Migrateurs

Reciblez les ID des visiteurs qui ont atteint un jalon particulier durant la plage de dates du rapport.


#### Données sur les non-migrateurs

Reciblez les ID des visiteurs qui n'ont pas atteint un jalon donné durant la plage de dates du rapport.

**Remarque :** Vous ne pouvez pas recibler les non-migrateurs dans IBM Campaign.

Vous pouvez sélectionner un ou plusieurs jalons, segments de migrateurs ou de non-migrateurs pour le reciblage. Si vous choisissez les non-migrateurs, vous ne pouvez pas sélectionner les segments de migrateurs.

### Procédure

1. Cliquez sur l'icône **Visiteurs ciblés** () pour cibler des utilisateurs ou segments.
2. Sélectionnez une option de ciblage.
  - a) Sélectionnez **LIVEmail : Cibler les visiteurs par e-mail** pour envoyer un e-mail à tous les visiteurs appartenant aux segments sélectionnés.
  - b) Sélectionnez **IBM Campaign : Cibler les visiteurs via le marketing intercanal** pour recibler dans IBM Campaign.

Vous êtes transféré vers Export, et le segment sélectionné se trouve dans le formulaire de segment IBM Campaign. Pour plus d'informations, voir le manuel *IBM Digital Analytics Export - Guide d'utilisation*.

- c) Sélectionnez **IBM Tealeaf : Relire les sessions de segment dans IBM Tealeaf** pour recibler dans IBM Tealeaf et relire la session.
3. Choisissez parmi les options de reciblage disponibles pour l'application sélectionnée.
4. Cliquez sur **Continuer**.

### Concepts associés

Intégration de Digital Analytics Explore à IBM Tealeaf

Les utilisateurs Digital Analytics Explore et IBM Tealeaf peuvent effectuer des analyses croisées des données sur les comportements des visiteurs capturés séparément pas les deux solutions.

## Cycles de vie multiples

Vous pouvez utiliser les cycles de vie fournis ou définir des cycles de vie personnalisés.

En dehors du cycle de vie Acheteur, les autres cycles de vie par défaut de l'application sont les suivants :

### Cycle de vie Fréquence

Visiteur à 1 session > Visiteur à 2 sessions > Visiteur à 3-5 sessions > Visiteur à 6-10 sessions > Visiteur à + de 10 sessions

### Cycle de vie Événement

Initiateur d'aucun événement > Initiateur d'événements > Converti à 1 événement > Converti à 2 événements > Converti à 3-5 événements > Converti à + de 6 événements

### Cycle de vie Valeur

Visiteurs ayant dépensé 0 € > Visiteurs ayant dépensé entre 1 et 100 € > Visiteurs ayant dépensé entre 101 et 500 € > Visiteurs ayant dépensé entre 501 et 1 000 € > Visiteurs ayant dépensé entre 1 001 et 10 000 € > Visiteurs ayant dépensé + de 10 000 €

Vous pouvez générer des cycles de vie personnalisés. Par exemple :

### Cycle de vie Programme de téléchargement

Programme de téléchargement du livre blanc 1 > Programme de téléchargement du livre blanc 2 > Programme de téléchargement du livre blanc 3, etc.

### Cycle de vie Génération de pistes de vente

Clients potentiels en phase 1 > Clients potentiels en phase 2 > Clients potentiels en phase 3 > Clients potentiels en phase 4, etc.

### Cycle de vie Etudiant

Navigateur > Questionneur > Candidat > Inscrit

## Intégration d'IBM Digital Analytics et d'IBM Campaign

---

Lors de l'intégration de Digital Analytics et IBM Campaign, les segments en ligne et les données associées provenant de Digital Analytics peuvent être combinés avec des données de profil hors ligne dans IBM Campaign.

L'utilisateur IBM Campaign peut sélectionner des segments définis dans Digital Analytics et les cibler dans des campagnes marketing, en fonction de l'activité Web et du comportement.

L'utilisation d'un système intégré présente les avantages suivants :

- Les analystes Web peuvent suivre rapidement les tendances mises en évidence en ligne, en définissant les segments qui seront ciblés par IBM Campaign.
- Les responsables de campagne peuvent aligner leurs tactiques de campagne sur les demandes des responsables marketing.
- Les marketeurs métier peuvent suivre des tactiques de campagne, en mesurant le succès et le retour sur investissements des campagnes intercanaux.

## Intégration d'IBM Digital Analytics et Campaign

Cette rubrique explique comment intégrer Digital Analytics Web Analytics et IBM Campaign afin d'utiliser des segments en ligne définis dans des produits Digital Analytics à l'intérieur d'une campagne.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Pour intégrer Digital Analytics et Campaign, vous devez procéder comme suit :

1. (Facultatif) Configurez une connexion unique afin que les utilisateurs puissent facilement naviguer entre les produits.  
  
Une connexion unique permet aux utilisateurs d'accéder à Digital Analytics depuis l'interface utilisateur IBM Marketing Platform sans devoir se connecter. Pour plus d'informations, voir *Authentification d'utilisateur globale* dans le document Digital Analytics - Guide d'administration.
2. Rendez vos segments disponibles dans IBM Campaign. Pour plus d'informations sur les rapports Cycle de vie, voir «Ciblage de segments de visiteurs Cycle de vie dans d'autres applications», à la page 63. Pour les segments Explore, voir «Gestion des segments», à la page 69.
3. Gérez les nouveaux segments dans Digital Analytics Export. Pour plus d'informations, voir le document IBM Digital Analytics Export - Guide d'utilisation.
4. Dans Campaign, procédez comme suit :
  - a. Configurez un tableau de traduction pour traduire les clés Digital Analytics en ID public IBM Marketing Platform.
  - b. Configurez l'intégration de segment.
  - c. Attribuez des données d'identification à un compte IBM Marketing Platform.
  - d. Mappez la table de conversion.  
  
Le mappage d'un tableau définit comment des données IBM Digital Analytics sont rendues accessibles pour Campaign.
  - e. Indiquez quels utilisateurs Campaign peuvent utiliser des segments Digital Analytics dans les graphiques de flux.
  - f. Activez l'intégration pour des partitions Campaign individuelles.
  - g. Configurez les autorisations dans vos produits Digital Analytics.
  - h. Les utilisateurs Campaign peuvent se servir de segments Digital Analytics dans des graphiques de flux.

**Remarque :** Pour des instructions détaillées sur l'exécution des tâches d'intégration dans IBM Campaign, voir le document IBM Campaign - Guide d'utilisation.

## Gérer



---

Le menu Gérer contient huit options d'administration.

### Rapports

La page **Gérer > Rapports** présente les rapports correspondant à votre ID client. Cette page permet de rechercher des rapports, d'arrêter des rapports récurrents et d'exécuter des actions sur plusieurs rapports.

#### Tableau des rapports

Le tableau des rapports regroupe les rapports par catégorie. Cliquez sur  devant le nom de la catégorie pour développer la liste des rapports. Cliquez sur  pour masquer la liste.

Par défaut, le tableau affiche tous les rapports, mais vous pouvez filtrer la liste grâce à l'option Afficher le type de rapport située au-dessus du tableau. Vous pouvez également rechercher des rapports.

Vous pouvez modifier les colonnes du tableau en cliquant sur la flèche dans l'en-tête de n'importe quelle colonne et en sélectionnant **Configuration des colonnes**.

### Actions globales

Pour appliquer une action à plusieurs rapports à la fois, sélectionnez les cases à cocher en regard du rapport ou les noms de catégories et cliquez sur une icône d'action globale. Les icônes d'actions globales se trouvent au-dessus du tableau des rapports. Si vous ne disposez pas des droits d'accès utilisateur requis pour une action, l'icône n'est pas disponible.

*Tableau 9 : Icônes d'actions globales*

Icône	Description
	Crée un signet dans une autre application pour chaque rapport sélectionné ou supprime un signet existant.
	Arrête le traitement futur des rapports récurrents sélectionnés.
	Supprime définitivement les rapports sélectionnés du système.

### Actions individuelles

Utilisez les icônes des lignes du rapport pour effectuer des actions sur les rapports individuels. Si vous ne disposez pas des droits d'accès utilisateur requis pour une action, l'icône n'est pas disponible.

*Tableau 10 : Actions individuelles*

	<p>Permet d'éditer un rapport. Si vous êtes le créateur du rapport ou que vous possédez des droits d'administration, vous pouvez éditer certains composants de rapports existants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les modifications de rapports ponctuels ou de rapports récurrents arrêtés ne sont pas retraitées. Vous ne pouvez éditer que le nom du rapport, la catégorie du rapport et les commentaires. Pour des modifications plus importantes, utilisez l'option <b>Enregistrer sous</b>.</li> <li>• Les modifications apportées à un rapport récurrent actif sont reflétées dans les nouvelles exécutions du rapport, mais elles ne modifient pas les rapports traités antérieurement.</li> <li>• Les modifications apportées aux rapports en direct sont appliquées lors de l'actualisation des résultats du rapport. Vous pouvez éditer n'importe quel paramètre d'un rapport en direct.</li> </ul>
	<p>Enregistrer/Modifier : Utilisez un rapport existant comme modèle pour un nouveau rapport en cliquant sur cette icône. Cette action vous amène dans l'écran de configuration du rapport. La configuration du rapport est préremplie à partir du rapport existant, mais vous devez entrer une combinaison unique de nom de rapport et catégorie de rapports. Vous pouvez ensuite éditer et/ou développer les paramètres préremplis de votre choix.</p>
	<p>Si vous êtes le créateur du rapport ou que vous possédez des droits d'administration, vous pouvez <b>arrêter</b> un rapport récurrent. L'action d'arrêt ne supprime pas les rapports traités, mais interrompt tout futur traitement. Cette action n'est pas disponible pour les rapports ponctuels.</p>
	<p>Si cette icône est affichée, il existe des commentaires pour ce rapport. Cliquez sur l'icône pour les afficher.</p>

Tableau 10 : Actions individuelles (a continué)

	<p>Si vous êtes le créateur du rapport ou que vous possédez des droits d'administration, vous pouvez partager les rapports de votre choix. Cliquez sur l'icône pour modifier le partage de ce rapport. Vous pouvez choisir de partager les rapports avec aucun utilisateur (valeur par défaut), tous les utilisateurs, ou un ou plusieurs utilisateurs que vous sélectionnez dans une liste.</p> <p>L'icône indique qui a accès au rapport :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•  Aucun autre utilisateur</li> <li>•  Tous les utilisateurs</li> <li>•  Un ou plusieurs autres utilisateurs</li> </ul>
	<p>Si vous êtes le créateur du rapport ou que vous possédez des droits d'administration, vous pouvez supprimer le rapport. Cette action supprime intégralement le rapport du système et, dans le cas d'un rapport récurrent, interrompt tout traitement futur.</p>
	<p>Créez un signet dans une autre application pour ce rapport ou supprimez un signet existant. Sélectionnez l'application sous <b>Ajouter un signet dans</b> ou <b>Supprimer un signet de</b> dans la barre de menus qui s'ouvre en cliquant sur l'icône.</p>

## Tableaux de bord

Sélectionnez Tableaux de bord dans l'onglet Gérer pour afficher la liste des tableaux de bord créés à l'aide de Digital Analytics Explore.

Cliquez sur **Créer un tableau de bord** pour générer un tableau de bord.

Entrez une chaîne de texte dans **Rechercher le tableau de bord suivant** pour rechercher des résultats correspondants dans la liste des tableaux de bord. La zone de recherche place un caractère générique aux deux extrémités de votre chaîne de texte.

Si vous cliquez sur la flèche vers le bas en regard de chaque en-tête de colonne, des options telles que les suivantes s'affichent :







- Tri décroissant
- Tri croissant
- Tout développer - Développe toutes les catégories pour afficher les noms des tableaux de bord.
- Tout réduire - Réduit toutes les catégories pour n'afficher que les catégories de tableaux de bord.
- Sélectionner les colonnes - Permet d'afficher les colonnes Créateur, Date de création et Date de la dernière mise à jour.

Les tableaux de bord sont regroupés par catégorie d'utilisateurs. Cliquez sur le bouton en regard du nom pour afficher tous les rapports ou sur le bouton pour les masquer.

Vous pouvez accéder aux tâches illustrées dans le [Tableau 11](#), à la page 67 et les effectuer si vous possédez les droits requis.

Tableau 11 : Tâches disponibles	
Nom de tableau de bord	Nom du tableau de bord. Cliquez sur ce nom pour accéder au tableau de bord.
Pour chaque rapport, les colonnes ci-après peuvent être configurées.	
Auteur	ID utilisateur Digital Analytics du créateur du tableau de bord.

Tableau 11 : Tâches disponibles (a continué)



Date de création	Date à laquelle le tableau de bord a été créé.
Date de la dernière mise à jour	Date à laquelle le tableau de bord a été édité et sauvegardé pour la dernière fois.
Les boutons à droite des tableaux de bord indiquent les actions et les droits spécifiques aux tableaux de bord	
	Editez le tableau de bord. Si vous êtes le créateur du tableau de bord ou que vous possédez des droits d'administration, vous pouvez éditer le tableau de bord.
	<p>Si vous êtes le créateur du tableau de bord ou que vous possédez des droits d'administration, vous pouvez partager des tableaux de bord. Cliquez sur ce bouton pour partager ce tableau de bord. Un menu en incrustation vous permet d'indiquer si vous souhaitez partager les tableaux de bord avec aucun autre utilisateur (valeur par défaut), tous les utilisateurs ou un ou plusieurs groupes d'utilisateurs que vous sélectionnez dans une liste.</p> <p>L'icône affichée indique qui a accès au rapport :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•  Aucun autre utilisateur</li> <li>•  Tous les utilisateurs</li> <li>•  Un ou plusieurs autres utilisateurs</li> <li>•</li> </ul> <p><b>Remarque :</b> L'utilisateur d'un tableau de bord partagé doit posséder un accès partagé à chaque rapport du tableau de bord pour pouvoir afficher tous les rapports.</p>
	Si vous êtes le créateur du tableau de bord ou que vous possédez des droits d'administration, vous pouvez supprimer le tableau de bord. Cette action supprime complètement le tableau de bord du système et si un rapport récurrent se trouve dans le tableau de bord, elle en supprime tous les traitements futurs.

## Annotations

Annotations fournit une liste pratique de toutes les annotations utilisées dans Digital Analytics Explore ; vous pouvez les éditer et les supprimer à partir d'un même emplacement.

La liste des annotations indique le nom de l'annotation, la plage de dates, le créateur et les actions qui peuvent être effectuées sur chaque annotation, comme illustré dans le [Tableau 12](#), à la page 68.

Tableau 12 : Actions disponibles




	Editer l'annotation	Ce bouton permet d'afficher la fenêtre Editer le filtre.
	Supprimer l'annotation	Ce bouton permet d'afficher un message vous avertissant que vous êtes sur le point de supprimer ce filtre. Cliquez sur <b>Oui</b> pour confirmer que vous souhaitez supprimer l'annotation.



## Filtres

L'onglet Filtres permet d'accéder à une liste pratique de tous les filtres créés dans Digital Analytics Explore ; vous pouvez éditer, copier et supprimer des filtres à partir d'un même emplacement.





Sélectionnez une catégorie et les filtres contenus dans cette catégorie sont répertoriés avec Nom du filtre, Auteur, Date de création, Date de la dernière mise à jour et les boutons des actions pouvant être effectuées sur chaque filtre.

	Modifier le filtre	Ce bouton permet d'afficher un message vous avertissant que l'édition de ce filtre affecte tous les rapports qui l'utilisent et une liste des rapports affectés. Cliquez sur <b>Oui</b> pour confirmer que vous souhaitez éditer le filtre ; la fenêtre Modifier s'affiche.
	Copier le filtre	Lorsque vous cliquez sur ce bouton, la fenêtre Copier de ce filtre s'ouvre et vous pouvez créer une copie de ce filtre avec un nouveau nom. Vous pouvez ensuite ajuster les paramètres du nouveau filtre.
	Supprimer le filtre	Ce bouton permet d'afficher un message vous avertissant que la suppression de ce filtre affecte tous les rapports qui l'utilisent et une liste des rapports affectés. <b>Cliquez</b> sur Oui pour confirmer que vous souhaitez supprimer le filtre.

## Gestion des segments

Allez à la page Segments dans Digital Analytics Explore pour créer, éditer, copier et supprimer des segments.

Sélectionnez une catégorie dans la liste au dessus de la liste des segments ; les segments de la liste s'affichent et indiquent le nom du segment, le créateur, la date de création et la date de la dernière mise à jour. La colonne finale contient les boutons des actions (dans le [Tableau 14](#), à la page 69) qui peuvent être effectuées sur les sections.

	Modifier le segment	Ce bouton permet d'afficher un message vous avertissant que l'édition de ce segment affecte tous les rapports qui l'utilisent. Une liste de ces rapports est affichée. Cliquez sur <b>Oui</b> pour confirmer que vous souhaitez éditer le segment ; la fenêtre Modifier s'affiche.
	Copier le segment	Lorsque vous cliquez sur ce bouton, la fenêtre Copier de ce segment s'ouvre et vous pouvez créer une copie de ce segment avec un nouveau nom. Vous pouvez ensuite ajuster les paramètres du nouveau segment.
	Copier le segment dans Marketing Center	Si vous avez accès à IBM Marketing Center, vous pouvez configurer le segment pour l'utiliser dans Marketing Center.
	Supprimer le segment	Ce bouton permet d'afficher un message vous avertissant que la suppression de ce segment affecte tous les rapports qui l'utilisent. Une liste de ces rapports est affichée. Cliquez sur <b>Oui</b> pour confirmer que vous souhaitez supprimer le segment.

Vous pouvez également créer un segment dans cette page en cliquant sur **Créer un nouveau segment** pour ouvrir la page Nouveau segment.

**Remarque :** Vous ne pouvez pas créer, éditer ou copier des segments IBM Tealeaf sur cette page.

## Partage de segments Digital Analytics Explore avec IBM Campaign

Vous pouvez rendre vos segments Digital Analytics Explore disponibles dans IBM Campaign.

### Avant de commencer

Vous être activé dans IBM Campaign et avoir accès à IBM Digital Analytics Export pour exécuter cette procédure.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

#### Procédure

1. Cliquez sur **Gérer > Segments** dans la sous-fenêtre de navigation de gauche.
2. Localisez les segments à exporter dans la table.
3. Cliquez sur l'icône de diffusion pour exporter les segments sélectionnés vers IBM Campaign.

Vous êtes transféré à IBM Digital Analytics Export et le segment sélectionné se trouve dans le formulaire Segment de campagne. Voir le guide d'utilisation *IBM Digital Analytics Export Guide* pour plus d'informations.

## Indicateurs calculés

Sélectionnez **Gérer > Indicateurs calculés** dans la sous-fenêtre de navigation latérale pour accéder à la page Indicateurs calculés, où vous pouvez éditer, copier et supprimer les indicateurs calculés créés dans Digital Analytics Explore.

Vous ne pouvez pas créer d'indicateur calculé à partir de cette page. Les indicateurs calculés sont créés lors de la génération ou de l'édition d'un rapport. Voir «[Indicateurs calculés](#)», à la page 18.

Choisissez une catégorie dans la liste déroulante en haut de la page. Tous les indicateurs calculés de la catégorie sélectionnée sont répertoriés. Pour chaque indicateur, la page indique le nom de l'indicateur, le créateur, la date de création, et la date de la dernière mise à jour. Cliquez dans l'en-tête d'une de ces colonnes pour trier les lignes par ordre croissant ou décroissant.

La colonne Action comporte des icônes permettant d'éditer, de copier et de supprimer des indicateurs calculés.

Tableau 15 : Actions disponibles à partir de la page Indicateurs calculés


	Editer l'indicateur calculé	<p>Un indicateur calculé ne peut être édité que par l'utilisateur qui l'a créé ou par l'administrateur.</p> <p>Vous pouvez supprimer des indicateurs standard de la formule, mais non ajouter des indicateurs supplémentaires.</p> <p>Si vous éditez un indicateur calculé utilisé par un rapport, les modifications ne sont appliquées qu'aux rapports non traités. La nouvelle formule de l'indicateur est appliquée aux rapports ultérieurs ; les rapports Explore récurrents ne sont pas retraités pour utiliser le nouvel indicateur. Les rapports existants pour des dates passées continuent d'afficher des valeurs reposant sur la formule d'origine de l'indicateur calculé.</p>
---	-----------------------------	---

Tableau 15 : Actions disponibles à partir de la page Indicateurs calculés (a continué)

	Copier l'indicateur calculé	Créez une copie de l'indicateur calculé sous un nouveau nom. Vous pouvez éditer n'importe quel paramètre du nouvel indicateur calculé.  Vous pouvez supprimer des indicateurs standard de la formule, mais non ajouter des indicateurs supplémentaires.
	Supprimer l'indicateur calculé	Un indicateur calculé ne peut être supprimé que par l'utilisateur qui l'a créé ou par l'administrateur.  Si vous tentez de supprimer un indicateur calculé utilisé par un rapport, un message avec tous les rapports utilisant l'indicateur calculé s'affiche. Les rapports utilisant l'indicateur calculé doivent être supprimés avant de pouvoir supprimer l'indicateur calculé.

## Indicateurs personnalisés

Sélectionnez **Gérer > Indicateurs personnalisés** dans la sous-fenêtre de navigation latérale pour accéder à la page Indicateurs personnalisés, dans laquelle créer, éditer, copier et supprimer des indicateurs personnalisés.

### Création d'un indicateur personnalisé

Pour créer un indicateur personnalisé, cliquez sur **Créer un indicateur personnalisé** dans l'angle supérieur droit.

Utilisez les paramètres suivants pour définir l'indicateur personnalisé.

Paramètre	Description
Nom, Catégorie, Commentaires	Entrez un nom, sélectionnez une catégorie (ou créez-en une) et entrez éventuellement des commentaires sur l'indicateur.
Indicateur ou attribut	Sélectionnez un indicateur standard ou un attribut comme base pour l'indicateur personnalisé. Vous ne pouvez pas sélectionner plusieurs indicateurs de base ou attributs.
Format (attributs uniquement)	Sélectionnez un format pour afficher les données d'attribut.  Si vous sélectionnez un indicateur comme base pour l'indicateur personnalisé, le format est automatiquement défini à celui associé à l'indicateur de base. Vous ne pouvez pas changer ce paramètre.
Logique de calcul (attributs uniquement)	Les options de logique de calcul dépendent de l'attribut sélectionné.  Pour les zones d'attribut basées sur du texte, les options disponibles sont Comptage et Comptage distinct. Pour les zones d'attribut numériques, les options disponibles sont Somme et Moyenne.  Si vous sélectionnez un indicateur comme pour base pour l'indicateur personnalisé, la logique de calcul est automatiquement définie à la logique associée à l'indicateur de base. Vous ne pouvez pas changer ce paramètre.




Paramètre	Description
Appliquer un segment ou Appliquer un filtre (indicateurs de base uniquement)	<p>Vous pouvez limiter les données utilisateur à analyser en appliquant un segment ou un filtre à un indicateur de base. Vous ne pouvez pas appliquer un segment ou un filtre à un attribut.</p> <p>Vous pouvez créer un segment ou un filtre ou en utiliser un existant. Seuls les segments ou les filtres compatibles avec l'indicateur de base sélectionné sont disponibles.</p> <p>Pour créer l'alias d'un indicateur de base avec un nom personnalisé, laissez cette zone vide.</p>

### Gestion des indicateurs personnalisés

Pour utiliser des indicateurs personnalisés existants, sélectionnez une catégorie dans le menu en haut de la page Indicateurs personnalisés. Tous les indicateurs personnalisés dans la catégorie sélectionnée sont répertoriés. La page montre le nom, la catégorie, le créateur, la date de création et la date de la dernière mise à jour de chaque indicateur. Cliquez dans l'en-tête d'une de ces colonnes pour trier les lignes par ordre croissant ou décroissant.

La colonne Action montre des icônes pour éditer, copier et supprimer des indicateurs personnalisés.

Tableau 16 : Actions disponibles dans la page Indicateurs personnalisés

	Editer l'indicateur personnalisé	<p>Un indicateur personnalisé peut uniquement être édité par l'utilisateur l'ayant créé ou un administrateur.</p> <p>Si vous éditez un indicateur personnalisé utilisé par un rapport, vos modifications s'appliquent uniquement aux rapports récurrents n'ayant pas été traités. Les rapports Explore récurrents ne sont pas retraités pour utiliser le nouvel indicateur. Les rapports existants pour les dates passées continuent à montrer des valeurs basées sur la définition d'origine de l'indicateur personnalisé.</p>
	Copier l'indicateur personnalisé	<p>Créez une copie de l'indicateur personnalisé avec un nouveau nom. Vous pouvez éditer tous les paramètres pour le nouvel indicateur personnalisé.</p>
	Supprimer l'indicateur personnalisé	<p>Un indicateur personnalisé peut uniquement être supprimé par l'utilisateur l'ayant créé ou un administrateur.</p> <p>Si vous tentez de supprimer i, indicateur personnalisé employé par un rapport, un message s'affiche avec tous les rapports utilisant l'indicateur personnalisé. Les rapports utilisant l'indicateurs personnalisé doivent être arrêtés et supprimés avant de supprimer l'indicateur personnalisé.</p>

### Concepts associés

#### Indicateurs personnalisés

Un indicateur personnalisé est un indicateur défini par l'utilisateur à partir d'un indicateur standard ou d'une zone d'attribut. Vous pouvez définir trois types d'indicateurs personnalisés : des indicateurs de segment, des indicateurs de filtre et des indicateurs d'attribut. Vous pouvez aussi utiliser la fonction d'indicateurs personnalisés pour créer un alias d'un indicateur standard avec un nom personnalisé.

«Indicateurs personnalisés», à la page 19

Un indicateur personnalisé est un indicateur défini par l'utilisateur à partir d'un indicateur standard ou d'une zone d'attribut. Vous pouvez définir trois types d'indicateurs personnalisés : des indicateurs de segment, des indicateurs de filtre et des indicateurs d'attribut. Vous pouvez aussi utiliser la fonction d'indicateurs personnalisés pour créer un alias d'un indicateur standard avec un nom personnalisé.

[«Gestion des segments», à la page 69](#)

Allez à la page Segments dans Digital Analytics Explore pour créer, éditer, copier et supprimer des segments.

[«Filtres», à la page 69](#)

L'onglet Filtres permet d'accéder à une liste pratique de tous les filtres créés dans Digital Analytics Explore ; vous pouvez éditer, copier et supprimer des filtres à partir d'un même emplacement.

## Diffusion d'indicateurs personnalisés et calculés

Si votre organisation est dotée d'IBM Digital Analytics Multisite, vous pouvez copier vers d'autres sites de votre entreprise un indicateur personnalisé ou calculé qui a été créé sur un site. Vous pouvez également copier des indicateurs d'un site vers l'ID global ou de l'ID global vers d'autres sites.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Vous pouvez choisir les sites sur lesquels l'indicateur doit être copié. Toutefois, si un indicateur est basé sur un attribut, celui-ci doit être disponible sur le site cible de la copie, et il doit être affecté à la même zone sur les deux sites.

Si un site contient un indicateur portant le même nom que l'indicateur que vous diffusez, vous êtes invité à renommer ce dernier ou à écraser l'indicateur sur le site.

### Procédure

1. Sélectionnez **Gérer > Indicateurs personnalisés** ou **Gérer > Indicateurs calculés**.
2. Cliquez sur l'icône **Diffuser** (🔊) en regard de l'indicateur que vous souhaitez copier sur d'autres sites.
3. Pour copier l'indicateur sur un ou plusieurs sites, cochez la case située en regard de chaque ID client de site. Pour copier l'indicateur sur tous les sites, cochez la case située sur la ligne d'en-tête.
4. Cliquer sur **Publier**.

## Attribution de rapport

Cette page permet à un administrateur d'attribuer les rapports inutilisés restants pour un mois aux groupes d'utilisateurs d'un ID client en fonction des besoins d'une organisation. Vous n'avez pas besoin d'attribuer 100 % des rapports disponibles.

En fonction du package Digital Analytics Explore acheté, votre société se voit allouer x rapports complets de fichiers de données et y exemples de rapports. (Les utilisateurs d'un module Lifecycle sous licence reçoivent les rapports z Lifecycle.)

Les administrateurs allouent les rapports demandés aux ID client à l'aide de l'application Digital Analytics Admin.

### Utilisation des crédits de rapport

Du point de vue de l'allocation ou de la consommation, un rapport défini correspond à une demande de rapport soumise pour un rapport (dont le nom est unique). En fait, vous utilisez une allocation de rapport lorsque vous cliquez sur **Soumettre** dans le générateur. Lorsque vous éditez un rapport existant, le rapport modifié n'est pas considéré comme un nouveau rapport. Voir [«Rapports», à la page 65](#) pour plus d'informations. En outre, un rapport récurrent (quotidien, hebdomadaire ou mensuel) compte comme un rapport pour le mois, mais également pour le mois suivant s'il n'est pas arrêté.

Voici quelques questions courantes :

### En début de mois, récupérons-nous tous nos crédits de rapport ?

Les crédits de rapport utilisés au cours du mois précédent sur les rapports ponctuels ou les rapports récurrents arrêtés vous sont recredités pour que vous puissiez les utiliser le mois suivant. Les rapports récurrents toujours en cours d'exécution sont comptabilisés pour chaque mois où ils sont utilisés, jusqu'à ce qu'ils soient arrêtés.

### Comment puis-je connaître le nombre de crédits de rapport restants de mon groupe d'utilisateurs ?

Vous trouvez ces informations dans la partie supérieure des écrans **Créer** et **Gérer**.

### Comment puis-je obtenir davantage de crédits ?

Contactez votre administrateur pour savoir si des crédits supplémentaires peuvent être attribués à votre groupe d'utilisateurs. Si cela n'est pas possible, contactez votre ingénieur commercial Digital Analytics pour acquérir un module plus complet.

## Attributs

Les attributs importés et les attributs facultatifs transmis par les balises doivent posséder un alias pour que vous puissiez les utiliser dans les rapports. La page **Gérer** > **Attributs** contient un lien vers la page de la console d'administration où vous pouvez spécifier l'alias et le type de données des attributs.

Pour plus d'informations sur les attributs, les options de collecte et les exemples de scénario, voir [Attributs](#).



## E-mails

Sélectionnez **E-mails** dans l'onglet Gérer pour afficher la liste des e-mails récurrents créés à l'aide de Digital Analytics Explore.

Entrez une chaîne de texte dans **Recherche** pour rechercher des résultats correspondants dans la table. Vous pouvez effectuer des recherches sur les zones Nom du rapport, Créateur ou Adresse du destinataire. La zone de recherche place un caractère générique aux deux extrémités de votre chaîne de texte.

Si vous cliquez sur la flèche vers le bas en regard de chaque en-tête de colonne, des options telles que les suivantes s'affichent :






- Tri décroissant
- Tri croissant
- Tout développer - Développe toutes les catégories pour afficher les noms des rapports
- Tout réduire - Réduit toutes les catégories pour n'afficher que les catégories de rapports.
- Sélectionner les colonnes - Permet d'afficher les colonnes Créateur, Envoyer un e-mail, Date de création, Date de la dernière mise à jour, Inclure, Lignes et Pièce jointe.

Les e-mails sont répertoriés par nom de rapport et regroupés par catégorie d'utilisateurs. Cliquez sur le bouton  en regard du nom pour afficher tous les rapports ou sur le bouton  pour les masquer.

Si vous possédez les droits requis, vous pouvez accéder aux tâches illustrés dans le [Tableau 17](#), à la page [74](#).

Nom du rapport	Nom du rapport planifié pour une distribution par e-mail récurrent.
Auteur	ID utilisateur du créateur de l'e-mail récurrent.
Envoyer un e-mail	Fréquence de distribution planifiée pour l'e-mail.
Inclure	Nombre de périodes incluses dans chaque distribution d'e-mail.
Lignes	Indique si toutes les lignes du rapport ou uniquement celles sélectionnées doivent être distribuées.

Tableau 17 : Tâches disponibles (a continué)

Pièce jointe	Type de pièce jointe à distribuer.
Date de création	Date de planification initiale de l'e-mail.
Date de la dernière mise à jour	Date à laquelle l'e-mail a été édité et sauvegardé pour la dernière fois.
Les icônes sous la colonne Action sur e-mail indiquent les droits et les actions spécifiques aux e-mails	
	Editez l'e-mail récurrent. Si vous êtes le créateur de l'e-mail ou que vous possédez des droits d'administration, vous pouvez éditer l'e-mail.
	Si vous êtes le créateur de l'e-mail ou que vous possédez des droits d'administration, vous pouvez arrêter  un e-mail récurrent ou en relancer  un.
	Si vous êtes le créateur de l'e-mail ou que vous possédez des droits d'administration, vous pouvez arrêter l'e-mail récurrent. Cette action ne supprime pas le rapport. Si vous choisissez de replanifier l'e-mail après suppression, vous devez accéder à nouveau au rapport, cliquer sur l'icône de l'e-mail et sauvegarder à nouveau l'e-mail.

## Surveillance des crédits de rapport

Utilisez la page Crédit de rapport pour surveiller l'utilisation du crédit des rapports dans Digital Analytics Explore pour un mois sélectionné. La page répertorie les crédits complets, échantillonnés et de cycle de vie pour chaque rapport. Les lignes du haut et du bas présentent les totaux d'utilisation du crédit pour les rapports affichés actuellement.

### Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Le mois en cours est affiché par défaut. Utilisez la liste déroulante Mois pour afficher un autre mois.

Vous pouvez filtrer la liste sur les colonnes suivantes : Nom du rapport, Catégorie du rapport, Groupe d'utilisateurs, Créateur, Statut ou Fréquence. Choisissez une colonne sur laquelle appliquer le filtre à partir de la liste déroulante Recherche, puis entrez le texte du filtre dans la zone de saisie. La page répertorie les rapports qui correspondent à vos critères de filtre. Pour afficher tous les rapports de nouveau, effacez le contenu de la zone de saisie.

## Modules

IBM Digital Analytics Explore propose des modules qui vous donnent accès à des données supplémentaires pour vos rapports.

### Module Inscription

Le module Inscription permet d'analyser les informations sur les visiteurs enregistrés collectées via la balise Inscription.

Les zones suivantes sont disponibles pour la génération de rapports, le filtrage et la segmentation lorsque le module Inscription est activé :

- ID visiteur
- Identifiant d'inscription
- Adresse électronique (disponible uniquement pour les ID client avec IBM LIVEmail)
- Âge
- Sexe
- Ville d'inscription

- État / département d'inscription
- Pays d'inscription
- Code postal d'inscription
- Niveau de revenu
- Niveau d'éducation
- Personne enregistrée
- Nouvel acheteur / Acheteur régulier (Nouveau client / Client régulier pour l'intégration verticale dans le secteur du tourisme)
- 50 zones d'inscription supplémentaires

Si vous utilisez le module Inscription, vous pouvez également utiliser un fichier d'importation Zones d'enregistrement des visiteurs pour importer jusqu'à 50 attributs d'inscription en plus des 50 que vous pouvez transmettre via la balise Registration. Vous pouvez également utiliser le module Data Extensions pour importer des données relatives à l'une des zones d'inscription balisées ou importées.

**Remarque :** Il se peut que votre organisation ne renseigne pas l'intégralité des zones d'inscription possibles. Les zones d'inscription ne sont pas disponibles pour la segmentation intersession.

### Logique d'inscription

Lorsqu'un visiteur n'entre pas d'ID inscription pour une session, Digital Analytics utilise une logique pour mapper le cookie à l'ID inscription le plus probable. Lorsqu'un cookie est associé à plusieurs ID inscription (par exemple, si des époux partagent un ordinateur, mais possèdent des ID inscription distincts), le code place une pondération plus importante sur l'ID inscription entré le plus près dans le temps de la session en question.

### Logique de temps

Si la valeur d'une zone d'inscription change dans le temps, Digital Analytics utilise la valeur en cours pour la période indiquée dans le rapport. Supposons par exemple qu'un visiteur déclare en janvier avoir un enfant et que ce même visiteur en déclare deux en février. Si vous exécutez en avril un rapport sur les données de janvier, ce visiteur est placé dans le groupe des visiteurs à un enfant. Si vous exécutez en avril un rapport sur les données de février (ou de tout autre mois ultérieur), ce visiteur est placé dans le groupe des visiteurs à deux enfants.

### Logique différente d' IBM Digital Analytics

La logique d'inscription de Digital Analytics Explore diffère de celle de Digital Analytics. Dans Digital Analytics, un cookie est mappé à tous les ID inscription associés (au lieu de deviner lequel est le plus approprié). Par conséquent, dans Digital Analytics, il est possible qu'un visiteur soit considéré à la fois comme un homme et une femme si deux personnes partagent un ordinateur, mais utilisent des ID d'enregistrement distincts. De plus, lorsqu'une valeur change dans le temps, Digital Analytics remplace l'ancienne valeur par la nouvelle. Si un visiteur a un enfant en janvier et deux enfants en février et que vous exécutez en avril un rapport dans Digital Analytics sur les données de janvier, le visiteur sera placé dans le groupe des visiteurs à deux enfants.

## Module Attribution d'impression

Le module Attribution d'impression permet de comprendre les indicateurs clé associés à l'attribution marketing et d'établir une corrélation entre le comportement sur site des visiteurs et les campagnes qu'ils ont suivies. Il est ainsi possible de déterminer qu'elles impressions marketing influencent les conversions en aval et donc dans quelles activités de valorisation de la marque vous devez investir.

Les impressions marketing incluent les éléments suivants :

- Publicité par affichage
- Affichages de widget
- Vidéos souscrites



- Micro-sites
- Promotions sur site

### Indicateurs d'attribution d'impression

Les indicateurs ci-après sont disponibles avec le module d'attribution d'impression.

<i>Tableau 18 : Indicateurs</i>	
Nom de l'indicateur	Description
Impressions	Nombre fois que l'impression marketing a été visionnée
Taux de clics des impressions	Nombre d'impressions marketing divisé par le nombre de clics dans le cadre du programme marketing.
Visiteurs uniques soumis aux impressions	Nombre de visiteurs uniques (déterminé par la valeur des cookies) qui ont visualisé les impressions marketing.
Impressions/Visiteurs uniques soumis aux impressions	Nombre d'impressions divisé par le nombre de visiteurs uniques soumis aux impressions.
Impressions/Visiteurs uniques	Nombre d'impressions divisé par le nombre de visiteurs uniques.
Événements (IMP {Window} {Logique})	Nombre d'événements de conversion terminés attribués aux visiteurs qui ont vu l'impression marketing dans la fenêtre d'attribution spécifiée.
Points d'événements (IMP {Window} Logique))	Nombre de points d'événements attribués aux visiteurs qui ont vu l'impression marketing dans la fenêtre d'attribution spécifiée.
Ventes (IMP {Window} Logique)) * Chiffre d'affaires (IMP {Window} Logique)) dans l'intégration verticale dans le secteur du tourisme	Montant des ventes attribué aux visiteurs qui ont vu l'impression marketing dans la fenêtre d'attribution spécifiée.
Commandes (IMP {Window} Logique)) * Réservations (IMP {Window} Logique)) dans l'intégration verticale dans le secteur du tourisme * Inscriptions (IMP {Window} Logique)) dans l'intégration verticale de services financiers	Nombre de commandes attribuées aux visiteurs qui ont vu l'impression marketing dans la fenêtre d'attribution spécifiée.
Consultations de page (IMP {Window} Logique))	Nombre de consultations de page attribuées aux visiteurs qui ont vu l'impression marketing dans la fenêtre d'attribution spécifiée.
Sessions (IMP {Window} Logique))	Nombre de sessions attribuées aux visiteurs qui ont vu l'impression marketing dans la fenêtre d'attribution spécifiée.
Impressions (IMP {Window} Tout))	Nombre total d'impressions marketing visualisées au cours de la fenêtre d'attribution par ceux qui visitent le site au cours de la plage de dates du rapport.

La fenêtre d'attribution (entre 1 et 93 jours) et la logique (Moyenne, Première ou Dernière) sont définies par votre administrateur lors de l'implémentation du module.

L'indicateur Ventes (IMP|30|Moy) signifie que les ventes de la période du rapport sont créditées équitablement entre toutes les impressions indiquées pour les 30 derniers jours.

### **Activation de l'attribution d'impression**

Servez-vous de l'attribution d'impression pour analyser les impressions qui se transforment en conversions.

### **Pourquoi et quand exécuter cette tâche**

La procédure suivante présente le flux de travaux qui permet d'activer l'attribution d'impression.

#### **Procédure**

1. Balisez votre contenu avec la balise d'impression marketing. Il se peut que vous deviez mettre à jour votre bibliothèque de balises au préalable.

Pour plus de détails sur l'utilisation de la balise d'impression marketing, voir *IBM Digital Analytics Guide d'implémentation*.

Lorsque le contenu balisé est affiché pour les visiteurs, Digital Analytics stocke un historique des impressions pour chaque visiteur.

Lorsqu'un visiteur arrive sur votre site, quel que soit moyen utilisé, Digital Analytics associe l'historique des impressions de ce visiteur à la valeur de cookie utilisée pour suivre l'activité du visiteur sur votre site.

2. Créez des rapports qui utilisent des indicateurs d'attribution d'impression. Ces indicateurs sont disponibles dans les rapports basés sur la zone Programme Marketing, ses dérivés (Fournisseur, Catégorie, Article ou Placement) ou ses attributs.

#### **Résultats**

**Remarque :** Les impressions ne faisant pas partie d'une session, vous ne pouvez pas appliquer la segmentation à un rapport contenant un indicateur d'impression. Vous pouvez appliquer la segmentation aux indicateurs d'impression (par exemple, Ventes (IMP|90|Moy)).

**Remarque :** Les indicateurs d'impression ne sont pas disponibles sur les rapports qui utilisent un attribut d'extension de données comme colonne d'affichage.

## **Module multicanal**

Le module multicanal permet d'analyser les informations importées sur les visiteurs inscrits et les transactions hors ligne conjointement avec les données capturées via l'implémentation de balisage de votre site.

Vous importez ces informations à l'aide des configurations d'importation Enregistrement des visiteurs et Multicanal d' IBM Digital Analytics Import. Pour plus d'informations sur les zones que vous pouvez importer et sur la configuration des importations, voir *IBM Digital Analytics Import - Guide d'utilisation*.

### **Utilisation du module Multicanal**

Le module Multicanal est associé à trois fichiers d'importation : Enregistrement des visiteurs, Magasin multicanal et Commande multicanal. Répétez cette procédure pour chaque fichier d'importation à utiliser.

#### **Procédure**

1. Configurez la configuration d'importation dans IBM Digital Analytics Import.
2. Téléchargez le modèle de configuration d'importation
3. A partir de ce modèle, créez un fichier qui contient les données à importer.
4. Importez les données dans Import.
5. Dans IBM Digital Analytics Admin, définissez un alias pour tous les attributs pour lesquels vous importez des données.

6. Utilisez les attributs d'extension de données lorsque vous créez vos rapports.

Les attributs d'extension de données disponibles dépendent des données que vous importez.

Les rapports contenant des attributs d'extension de données ne peuvent pas contenir de filtres d'indicateur ou d'indicateurs d'attribution d'impression. Les rapports contenant des colonnes d'affichage d'une importation d'extensions de données basée sur une inscription ne peuvent pas utiliser de segmentation intersession.

### **Indicateurs multicanal**

Le module Multicanal fournit de nouveaux indicateurs permettant de créer des rapports. Ces nouveaux indicateurs représentent les équivalents hors ligne ou multicanal (hors ligne plus en ligne) des indicateurs en ligne déjà disponibles.

Si votre module Multicanal est déjà déployé, les indicateurs communiquant les données envoyées via des balises incluront le préfixe En ligne : il est donc facile de savoir quels indicateurs s'appliquent à une activité en ligne, à une activité hors ligne et à une activité multicanal (en ligne et hors ligne).

### **Remarque :**

- L'option de zoom relationnel n'est pas disponible pour les rapports comportant un ou plusieurs indicateurs hors ligne ou multicanal. Les zooms relationnels sont en fait des segments de même session et ces derniers ne sont pas applicables aux données hors ligne.
- Dans un rapport de comparaison de segments, les indicateurs hors ligne et multicanal ne sont disponibles que si le rapport n'inclut que des segments de clients multicanal.

### **Distribution et intégrations verticales de contenus commerciaux**

- Multicanal : Valeur du panier moyen
- Multicanal : Moyenne des frais d'expédition
- Multicanal : COGS
- Multicanal : Articles/Commande
- Multicanal : Articles commandés
- Multicanal : Marge
- Multicanal : Commandes
- Multicanal : Ventes d'article
- Multicanal : Total des frais d'expédition
- Hors ligne : Valeur du panier moyen
- Hors ligne : Moyenne des frais d'expédition
- Hors ligne : COGS
- Hors ligne : Articles/Commande
- Hors ligne : Articles commandés
- Hors ligne : Marge
- Hors ligne : Commandes
- Hors ligne : Montant des ventes
- Hors ligne : Total des frais d'expédition
- Ventes hors ligne / Ventes multicanal
- Ventes en ligne / Ventes multicanal
- Commandes hors ligne / Commandes multicanal
- Commandes en ligne / Commandes multicanal
- Nombre d'articles vendus hors ligne / Nombre d'articles vendus multicanal
- Nombre d'articles vendus en ligne / Nombre d'articles vendus multicanal

- Acheteurs multicanal
- Acheteurs hors ligne / Acheteurs multicanal
- Acheteurs en ligne / Acheteurs multicanal

### **Intégration verticale de services financiers**

- Multicanal : Inscriptions terminées
- Hors ligne : Inscriptions terminées
- Inscriptions terminées en ligne / Inscriptions terminées multicanal
- Inscriptions terminées hors ligne / Inscriptions terminées multicanal

### **Intégration verticale de services de voyage**

- Multicanal : Valeur moyenne des réservations
- Multicanal : Réservations
- Multicanal : COGS
- Multicanal : Articles / Réservations
- Multicanal : Articles réservés
- Multicanal : Marge
- Multicanal : Chiffre d'affaires
- Hors ligne : Valeur moyenne des réservations
- Hors ligne : Réservations
- Hors ligne : COGS
- Hors ligne : Articles/réservation
- Hors ligne : Articles réservés
- Hors ligne : Marge
- Hors ligne : Chiffre d'affaires
- Réservations hors ligne / Réservations multicanal
- Réservations en ligne / Réservations multicanal
- Articles réservés hors ligne / Articles réservés multicanal
- Articles réservés en ligne / Articles réservés multicanal
- Chiffre d'affaires hors ligne / Chiffre d'affaires multicanal
- Chiffre d'affaires en ligne / Chiffre d'affaires multicanal

## **Module Data Extensions**

Le module Data Extensions permet d'ajouter des données d'autres sources aux rapports qui analysent le comportement en ligne des visiteurs.

Vous pouvez importer jusqu'à 50 zones d'attribut associées à un type de balise de données spécifique ou à l'une des listes d'objets de données. Ces 50 attributs complètent les 50 attributs que vous pouvez transmettre via les balises de page.

Les données importées via le module Data Extensions sont insérées en majuscules, quelle que soit la casse de la valeur téléchargée. Si vous téléchargez *Smith*, il apparaît dans les rapports sous la forme *SMITH*.

## Utilisation du module d'extensions de données

Permet d'incorporer des extensions de données dans vos rapports.

### Procédure

1. Configurez la configuration d'importation des extensions de données dans IBM Digital Analytics Import.
2. Téléchargez le modèle de configuration d'importation
3. A partir de ce modèle, créez un fichier qui contient les données à importer.
4. Importez les données dans Import.
5. Dans IBM Digital Analytics Admin, définissez un alias pour tous les attributs pour lesquels vous importez des données.
6. Utilisez les attributs d'extension de données lorsque vous créez vos rapports.

Les attributs d'extension de données disponibles dépendent des données que vous importez.

Les rapports contenant des attributs d'extension de données ne peuvent pas contenir de filtres d'indicateur ou d'indicateurs d'attribution d'impression. Les rapports contenant des colonnes d'affichage d'une importation d'extensions de données basée sur une inscription ne peuvent pas utiliser de segmentation intersession.

## Identification et résolution des problèmes

---

Cette procédure vous permet d'identifier et de résoudre les problèmes liés à Digital Analytics Explore.

### FAQ

Questions et réponses courantes pour vous aider à identifier et résoudre vos problèmes.

[«Balisage», à la page 81](#) [«Balisage», à la page 81](#) [«Filtres et segments», à la page 82](#) [«Périphérique mobile», à la page 83](#) [«Questions diverses», à la page 83](#)

### Balisage

**Q : Les données des balises personnalisées apparaîtront-elles dans Digital Analytics Explore ?**

R : Non, les données des balises personnalisées n'apparaissent pas dans Digital Analytics Explore.

**Q : Lorsque nous commençons à collecter les attributs, mes appels serveur augmentent-ils (indicateur servant de base à la facturation des services mensuels ?)**

R : Non, car les attributs sont collectés sur les balises existantes ; cela n'affecte pas les calculs d'appels serveur.

**Q : Les zones supplémentaires sont-elles des zones d'attributs ?**

R : Non, elles sont transmises de la même manière à Digital Analytics, mais la bibliothèque de balises détermine si la valeur apparaît dans une zone supplémentaire, une zone d'attributs ou une autre zone.

**Q : Si je transmets actuellement des données à une zone supplémentaire et que je souhaite désormais utiliser la fonction de Digital Analytics Explore disponible pour les zones d'attributs, que dois-je faire ?**

R : Vous devez également transmettre la même valeur à une zone d'attributs. Dans la plupart des cas, Digital Analytics peut mettre à jour votre bibliothèque de balises de sorte qu'elle satisfasse automatiquement cette demande.

**Q : Puis-je collecter plus de 15 attributs sur un même type de balise ?**

R : La limite actuelle est de 50 zones par type de balise. Vous pouvez également surcharger une zone avec plusieurs valeurs. Par exemple, si vous devez collecter Auteur et Langue dans la zone d'attributs 1 Affichage de la page, vous pouvez spécifier Auteur=Smith | Langue=Allemand. Vous pouvez ensuite définir l'alias Auteur+Langue pour cette zone. Vous pouvez procéder de la même manière si

vous devez collecter plusieurs valeurs. Par exemple, vous pouvez avoir trois couleurs dans une page de produit, transmettre "Bleu|Vert|Jaune" et attribuez à la zone l'alias Couleur.

**Remarque :** La valeur que vous transmettez est affichée dans le rapport. Toutefois, vous pouvez utiliser des filtres pour générer des rapports spécifiquement sur ce que vous souhaitez (par exemple, Langue=Allemand).

**Q : Les données d'attribut peuvent-elles être exportées à l'aide d' IBM Digital Analytics Export Builder ou d' IBM LIVEmail ?**

R : Actuellement, les données d'attribut ne peuvent être sélectionnées que dans Digital Analytics Explore. Si cette condition est requise, cliquez sur **Retour d'informations** et faites-le nous savoir.

## Indicateurs

**Q : Puis-je sélectionner des indicateurs d'attribution marketing dans Digital Analytics Explore ?**

R: Non pour le moment, mais il est prévu de prendre en charge les indicateurs d'attribution marketing dans Digital Analytics Explore. Si cette condition est requise, cliquez sur **Retour d'informations** et faites-le nous savoir.

## Filtres et segments

**Q : Suis-je limité à un nombre fini de segments ?**

A: Non, vous pouvez appliquer un segment à tous les rapports et, pour les rapports Comparaison des segments, vous pouvez analyser jusqu'à 10 segments dans un même rapport.

**Q : Suis-je limité au nombre de critères de filtre ou de segment que je peux utiliser lors de la création d'un filtre ou d'un segment ?**

R: Non, il n'y a pas de limites.

**Q : Comment les critères de filtre et de segment sont-ils joints ?**

R: Les utilisateurs peuvent appliquer la logique [and] ou [or] entre les critères d'un même type de zone (par exemple, Catégorie du contenu est Sports [or] Catégorie du contenu est Entreprise ou Nom de produit contient ordinateur portable [and] Nom de produit contient T61). Entre les types de zone, le type de jointure est [and] (par exemple, Navigateur contient IE [and] Systèmes d'exploitation contient Win).

**Q : Mes segments clés actuels sont-ils transférés dans Digital Analytics Explore ?**

R : Non, mais dans la plupart des cas (les critères des balises Enregistrement ne peuvent pas être sélectionnés), vous pouvez recréer les mêmes segments et en analyser davantage. En outre, vous pouvez augmenter le nombre de vos segments à l'aide d'attributs.

**Q : Je suis en train de créer un rapport et de spécifier les critères de filtre, mais je ne suis pas sûr de la syntaxe appropriée (par exemple, dois-je entrer IE\_7 ou Internet Explorer) ?**

R. Les écrans de définition des filtres et des segments contiennent le lien **Exemples de dossiers**. Cette boîte de dialogue permet de comprendre la syntaxe des exemples par type de zone de données.

**Q : Je souhaite entrer des critères avec un caractère générique remplaçant un seul caractère. Comment puis-je procéder ?**

R : Utilisez l'opérateur WILDCARD et entrez ? pour l'espace. Par exemple, pour filtrer toutes les variantes des URL de référence de la page d'accueil de votre site (xyz.com/us, xyz.com/ca, xyz.com/zn, etc.), mais ne retenir que les pages d'accueil (pour exclure xyz.com/us/abc.html), vous devez entrer un filtre sur WILDCARD \*xyz.com/? qui récapitule toutes les références à xyz.com suivies d'une barre oblique (/) et de deux caractères. Si vous recherchez vraiment le caractère ? dans votre filtre WILDCARD, vous pouvez utiliser le caractère d'échappement /? (par exemple, WILDCARD \*support\*/?abc=\*).

**Q. Comment filtrer ou segmenter selon une valeur null ?**

R. Pour supprimer des valeurs null de votre rapport, entrez ?\* dans le filtre WILDCARD. La syntaxe pour un rapport de zones null seulement est : NOT WILDCARD ?\* .

## Périphérique mobile

### Q : Tous les accès par périphérique mobile seront-ils enregistrés ?

A : Non. De nombreux périphériques mobiles ne prennent pas en charge JavaScript. Si le périphérique ne prend pas en charge JavaScript, la balise Digital Analytics standard ne peut pas être exécutée. En outre, les périphériques mobiles ne prennent pas tous en charge les cookies. Si le périphérique ne prend pas en charge les cookies, le trafic est considéré comme anonyme et n'est pas signalé. Si vous créez un site ou une application mobile, reportez-vous à la rubrique relative à *l'implémentation mobile*, à l'adresse <http://support.coremetrics.com>, pour des détails sur l'utilisation d'une demande d'image directe "balise sans script" et l'utilisation des cookies.

### Q : Comment connaissez-vous les informations sur les périphériques mobiles ?

R : La chaîne d'agent utilisateur (ensemble de données qui contient les informations sur le navigateur et le système d'exploitation) fournit des informations sur le périphérique mobile (par exemple, APPLE IPHONE) utilisé. Digital Analytics gère donc un fichier de mappage volumineux contenant des milliers de périphériques mobiles. Toute chaîne d'agent utilisateur qui ne correspond pas à des mappages de périphériques mobiles existants (y compris les visiteurs qui utilisent un ordinateur) est marquée "Périphérique non mobile".

### Q : Comment connaissez-vous les informations sur le réseau mobile ?

R : Le fournisseur de données de géolocalisation de Digital Analytics, Quova, fournit à Digital Analytics une adresse IP pour le mappage du réseau mobile. Digital Analytics étudie donc les adresses IP qui accèdent à votre site et détermine le réseau mobile (par exemple, T-Mobile USA). Les adresses IP non détectées sur un réseau mobile sont marquées "Réseau non mobile".

## Questions diverses

### Q : Quelle est la durée de traitement d'un rapport ?

R : Digital Analytics essaye de distribuer tous les rapports planifiés avant 8h00 du matin, heure locale, tous les jours. Les rapports quotidiens reçoivent la priorité la plus élevée, puis viennent les rapports ponctuels, les rapports hebdomadaires et enfin les rapports mensuels. Les rapports ponctuels peuvent parfois être traités en cinq minutes, mais les caractéristiques du rapport, telles que des plages de dates étendues, une taille importante des fichiers de données et la sélection d'indicateurs uniques (par exemple, visiteurs uniques, acheteurs et autres) peuvent rallonger la durée d'exécution du rapport.

### Q : D'où proviennent les données Géographie ? Pourquoi certaines des données sont-elles libellées "AOL" ?

A : Digital Analytics a créé un partenariat avec une société de géo-ciblage tiers. Cette société nous fournit un mappage des plages d'adresses IP aux principales zones de données et notamment au pays, à l'Etat, à la ville, aux régions ciblées (DMA) et au domaine de niveau secondaire. Tout le trafic AOL passe par des serveurs proxy dans des lieux particuliers. Dans le cadre d'un trafic aux Etats-Unis, le trafic AOL passe par la Virginie. Ainsi, au lieu de décaler les numéros pour que le trafic de Virginie semble important, ce trafic est simplement libellé "AOL".

### Q : Est-il possible d'ouvrir plusieurs rapports à la fois ?

R : Oui, vous pouvez lancer des instances supplémentaires de Digital Analytics Explore dans de nouveaux onglets du même navigateur.

### Q : Est-il possible de distribuer numériquement le rapport avec le graphique ?

R : Le meilleur moyen de capturer le graphique avec les données pour une distribution électronique consiste à effectuer une capture d'écran, découpez la zone dont vous avez besoin et la coller dans un e-mail, dans PowerPoint ou dans un autre fichier. Nous étudions la possibilité d'ajouter PDF comme future option pour Digital Analytics Explore. Si vous avez besoin d'une prise en charge de PDF, cliquez sur "Retour d'informations" et faites-le nous savoir.

### Q : Je peux restreindre l'accès des utilisateurs aux rapports créés, mais puis-je restreindre l'accès à des composants du générateur ?

A : Non, pas à l'heure actuelle. Si cette condition est requise, cliquez sur **Retour d'informations** et indiquez comment vous souhaiteriez que cette restriction fonctionne.

**Q : Comment puis-je connaître le nombre de rapports échantillonnés et de rapports complets utilisés jusqu'à présent ?**

R : Le nombre de rapports utilisés est indiqué en haut des écrans Créer et Gérer. Pour voir l'attribution par groupe, utilisez [Attribution du rapport](#).

**Q : Qu'est-ce qui définit un rapport du point de vue de l'allocation ou de la consommation ?**

R : Du point de vue de l'allocation ou de la consommation, un rapport correspond à une demande de rapport soumise pour un rapport (dont le nom est unique). Le fait de cliquer sur **Soumettre** dans le générateur constitue une demande. Toutefois, l'édition d'un rapport ne génère pas de nouveau rapport. En outre, un rapport récurrent (par exemple, un rapport quotidien, hebdomadaire ou mensuel) compte comme un rapport pour le mois, mais également pour le mois suivant s'il n'est pas arrêté.

**Q : En début de mois, récupérons-nous tous nos crédits de rapport ?**

Les crédits de rapport utilisés au cours du mois précédent sur les rapports ponctuels ou les rapports récurrents arrêtés vous sont recredités pour que vous puissiez les utiliser le mois suivant. Les rapports récurrents toujours en cours d'exécution sont comptabilisés pour chaque mois où ils sont utilisés, jusqu'à ce qu'ils soient arrêtés.

**Q : Que se passe-t-il si nous atteignons notre nombre limite de rapports ?**

R : L'interface utilisateur vous empêche de traiter un autre rapport pour ce mois.

**Q : Puis-je créer des rapports imbriqués dans Digital Analytics Explore ? Par exemple, puis-je créer un rapport qui regroupe toutes les instances des domaines référents uniques, puis imbrique en-dessous les URL de référence individuelles, comme pour les rapports Recherche naturelle ?**

R. Oui. Les types de rapport Groupes personnalisés et Hiérarchie créent chacun un rapport imbriqué. Un rapport Groupes personnalisés imbrique les valeurs des colonnes d'affichage sous les groupes que vous définissez. Un rapport hiérarchique imbrique les valeurs de la colonne d'affichage secondaire sous les valeurs de la colonne d'affichage principale.

**Q : Est-il possible de créer un rapport à partir d'un rapport existant ?**

R : Oui, en utilisant l'option Enregistrer sous. Si vous cliquez sur **Gérer**, puis sur le bouton de disque, vous pouvez créer le même rapport avec la même configuration, mais sous un nom différent. Vous pouvez ensuite éditer les paramètres préremplis de votre choix.

**Q : Pourquoi ne puis-je pas éditer les zones d'un rapport récurrent arrêté ou d'un rapport ponctuel existant, en dehors de ceux relatifs aux noms, aux catégories et aux commentaires ?**

R : Les éditions de rapports ponctuels ou de rapports récurrents arrêtés ne sont pas retraitées. S'ils l'étaient, les utilisateurs n'utiliseraient jamais de crédits de rapport car ils pourraient éditer sans cesse un rapport ponctuel. Si vous souhaitez utiliser un rapport comme modèle (ou point de départ) pour générer d'autres rapports, utilisez l'option Enregistrer sous.

**Q : L'analyse des tendances est-elle disponible dans les rapports ponctuels ?**

A : Non. Les rapports ponctuels ne prennent pas en charge les tendances car il s'agit de rapports uniques pour des périodes comprises entre les dates x et y. Si vous exécutez un rapport récurrent, vous pouvez créer une tendance ou sélectionner une date de début historique pour pré-alimenter la tendance.

**Q : Est-il possible de remplacer un rapport échantillonné par un rapport complet ou de modifier les plages de dates ?**

R : Pour passer d'un rapport échantillonné à un rapport complet, utilisez la fonction Enregistrer sous, sélectionnez **Ensembles de données complets** et affectez un nouveau nom au rapport. Si vous exécutez un rapport récurrent, vous pouvez basculer entre des plages de dates et afficher une vue des tendances.

**Q : J'ai soumis mon rapport il y a un certain temps ; pourquoi n'a-t-il pas encore été renvoyé (il est toujours grisé) ?**

R : Essayez d'abord de cliquer sur **Actualiser** dans la barre d'outils supérieure de votre navigateur. Si le rapport est toujours "grisé", vérifiez sa plage de dates. Un rapport ponctuel dont la date de fin est ultérieure à hier n'est pas traité avant cette date. Un rapport récurrent dont la date de début est ultérieure à hier n'est pas traité avant cette date.



## Précision des données

Cette rubrique souligne certaines des causes courantes de rapports imprécis dus à la précision des données.

En supposant que vous collectiez correctement les données et que vous compreniez les conditions de cohérence des données, les nombres affichés dans votre rapport peuvent ne pas correspondre à ceux attendus pour les raisons suivantes :

- Vous avez choisi d'exécuter le rapport sur un échantillon de données au lieu de tout le fichier de données
- L'application d'un filtre (vérifiez que les filtres que vous avez sélectionnés sont conformes à ce que vous attendez)
- Le segment appliqué (vérifiez que les segments que vous avez sélectionnés sont conformes à ce que vous attendez)
- La combinaison unique de colonnes d'affichage (si la génération de rapports porte sur plusieurs colonnes d'affichage)

## Collecte de données

La qualité des données de Digital Analytics Explore est sujette à l'application effective des balises Digital Analytics par le client.

Le [Tableau 19](#), à la page 85 indique la source de balisage qui correspond à des zones de données courantes pour lesquelles tous les clients ne collectent peut-être pas de données :

*Tableau 19 : Balises par source*

	Marketing
Zones de données	Source de collecte des données
Programme marketing, Fournisseur marketing, Catégorie marketing, Positionnement marketing, Article marketing	Paramètres MMC (cm_mmc=)
	Merchandising/Produits
Zones de données	Source de collecte des données
Catégorie du produit	Variable de catégorie dans la balise Affichage du produit ou le fichier CDF
	Propriétés techniques
Zones de données	Source de collecte des données
Type de navigateur, Système d'exploitation, Langue, Fuseau horaire, Résolution d'écran, Profondeur de couleur, Version JavaScript	Propriétés techniques
	Contenu
Zones de données	Source de collecte des données
Catégorie du contenu	Variable de catégorie dans la balise Affichage de la page ou le fichier CDF
Mot-clé sur site	Variable de recherche sur site dans la balise Affichage de la page
Catégorie d'événement, Nom de l'événement	Événement de conversion

Tableau 19 : Balises par source (a continué)

Catégorie d'éléments, Nom de l'élément	Élément
Zones du site - Complet, Page, Version, Zone de la page, Lien	Paramètres des zones du site (cm_re=)
Promotion de site - Complet, Type de promotion, Promotion, Lien, Nom de la page	Paramètres de promotion du site (cm_sp=)

En outre, toutes les zones de données d'attribut considèrent que le client transmet des valeurs appropriées aux zones Attribut des balises (Voir «Collecte d'attributs via des balises», à la page 87).

## Cohérence des données

Quelques motifs courants expliquant pourquoi les données peuvent parfois sembler incohérentes.

Les nombres présentés dans Digital Analytics Explore peuvent ne pas correspondre à ceux de IBM Digital Analytics pour ce qui semble être des rapports similaires car :

- Vous avez choisi d'exécuter le rapport sur un échantillon de données au lieu de tout le fichier de données
- Vous avez répété certains ID commande ou transaction. Dans Digital Analytics, un ID double est supprimé (il est considéré comme un enregistrement incorrect). Dans Digital Analytics Explore, un ID commande en double est supprimé si le système a rencontré le même ID commande au cours des dernières 48 heures.
- Vous effectuez des comparaisons avec des indicateurs Topline anonymes. Digital Analytics Explore ne génère pas de rapports sur les données anonymes (cookie manquant dans les données).
- Vous découvrez des valeurs inconnues. Les valeurs inconnues sont le plus souvent rencontrées dans la génération de rapports Géographie et Propriétés techniques. Pour Géographie, dans certains cas, il n'existe pas de mappage connu pour une adresse IP. Dans d'autres cas, il existe un mappage, mais avec un niveau de confiance très faible. Dans les deux cas, la valeur est signalée comme inconnue. Pour les propriétés techniques, si une session utilisateur ne génère jamais de balise de propriété technique, la session est signalée comme inconnue.
- Vous collectez des données sur plusieurs octets dans un codage autre qu'UTF-8. Actuellement, les codages autres qu'UTF-8 (par exemple, SHIFT-JIS ou GB-2312) ne sont pas décodés.
- Vous comparez des informations de chargement direct. Digital Analytics supprime les sessions à chargement direct de plus de 100 pages consultées car cette activité est considérée comme excessive. Digital Analytics Explore comptabilise une session à chargement direct quelle que soit sa longueur.
- Vous comparez des visiteurs nouveaux et réguliers. Dans Digital Analytics, si un visiteur possède une session de 0 page consultée, la valeur de son cookie n'est pas stockée et par conséquent, la prochaine fois qu'il revient, il est considéré comme nouveau. Dans Digital Analytics Explore, cet utilisateur est considéré comme régulier.
- Vous additionnez les données de segment lorsqu'un visiteur peut appartenir à plusieurs segments d'une même session ou de sessions différentes.

## Aucune URL de référence de page

Lorsque vous consultez un rapport sur les URL de référence de page, vous pouvez rencontrer la valeur "AUCUNE URL DE REFERENCE DE PAGE".

Si le visiteur a accédé directement à une page (par exemple, à l'aide d'un signet ou en saisissant l'URL), il n'existe pas d'URL de référence. Ces visites ne sont pas libellées comme des chargements directs car un visiteur peut avoir une page absente d'une URL de référence à mi-session et non pas seulement en début de session.

## Identification et résolution des problèmes d'actualisation

Dans la plupart des cas, l'interface utilisateur de Digital Analytics Explore est actualisée dès le clic suivant.

Pour être certain que votre vue est à jour (par exemple, pour vérifier si un rapport grisé est maintenant actif), cliquez sur **Actualiser** dans votre navigateur ou dans la barre de navigation supérieure.

### Terme non fourni

Vous pouvez également rencontrer des valeurs telles que "TERME NON FOURNI" dans la fonction de génération de rapports Recherche naturelle.

Dans certains cas, l'URL de référence provient d'un moteur de recherche connu (par exemple, Google ou Yahoo !), mais elle ne contient pas de terme de recherche.

## Attributs

---

Les attributs dans Digital Analytics Explore décrivent le contenu servi de telle manière qu'ils permettent de déterminer la façon dont le visiteur d'un site Web est arrivé sur une page particulière.

Vos clients consultent-ils un produit en raison de son positionnement sur le site, de son prix ou de sa marque ? Un article est-il fréquemment lu en raison de son auteur ou de son concept ? Certains segments de visiteurs particuliers ont-ils tendance à réserver les articles de qualité supérieure plus d'un mois avant la date du déplacement ? Vos pages de services en anglais relatives au secteur des soins de santé sont-elles bien plus consultées que vos pages en allemand sur le secteur de l'automobile ? Quels codes de promotion génèrent des achats Google Checkout ? Quelles options d'optimisation des recherches génèrent une conversion ?

Les propriétaires de sites Web recherchent de plus en plus des manières de décrire le contenu servi. Que vous capturiez les attributs d'une page, d'un produit, d'une transaction, d'une recherche sur site, d'un événement ou d'un élément, ce niveau de description permet aux propriétaires de site de bien comprendre l'impact de leur site. Ils doivent aussi révéler les corrélations de données à partir desquelles des modifications vitales pourront être apportées au contenu, au support, aux combinaisons de produits, aux offres, au positionnement du site et aux résultats de recherche.

Les données d'attribut peuvent provenir de balises ou de fichiers d'importation de données. Pour plus d'informations sur l'importation des données d'attribut, voir *IBM Digital Analytics Import - Guide d'utilisation*.

### Concepts associés

#### Indicateurs personnalisés

Un indicateur personnalisé est un indicateur défini par l'utilisateur à partir d'un indicateur standard ou d'une zone d'attribut. Vous pouvez définir trois types d'indicateurs personnalisés : des indicateurs de segment, des indicateurs de filtre et des indicateurs d'attribut. Vous pouvez aussi utiliser la fonction d'indicateurs personnalisés pour créer un alias d'un indicateur standard avec un nom personnalisé.

## Collecte d'attributs via des balises

Cette procédure permet de collecter des attributs via des balises. La collecte d'attributs ne nécessite pas de nouvelle balise. De plus, elle n'a aucun impact sur les volumes d'appels de serveur (indicateur à partir duquel les services mensuels sont facturés).

### Procédure

1. Déployez une bibliothèque de balises prise en charge (cmdatagutils.js) pouvant reconnaître les nouvelles zones d'attribut.
  - S'il s'agit d'une nouvelle implémentation d'ID client, contactez le représentant de votre équipe d'implémentation pour demander la client appropriée.
  - S'il s'agit d'un ID client existant, contactez le support technique de Digital Analytics pour demander une bibliothèque mise à jour.

2. Identifiez les types d'attribut importants pour votre entreprise et votre analyse.

Voir [Attributs des meilleures pratiques](#).

3. Transmettez les données aux zones d'attributs contenant un ou plusieurs des types de balise disponibles

4. Demandez à l'administrateur d'attribuer un nom significatif à chaque nouvelle zone de la page Attributs Explore dans Admin.

Voir [Zones d'attributs d'alias](#).

### Zones d'attribut

Vous pouvez collecter, communiquer, filtrer et segmenter les attributs Pages vues, Affichages du produit, Paniers, Transactions/Commandes, Événements de conversion, Éléments, Programmes marketing et Enregistrements.

Pour collecter ces attributs, transmettez les données aux zones d'attribut des balises correspondantes. Pour chaque type de balise, vous pouvez transmettre jusqu'à 50 attributs. Le [Tableau 20](#), à la page 88 offre la méthode de collecte et les exemples d'attribut par type d'attribut. Vous pouvez transmettre les attributs d'une optimisation des recherches sur site comme attribut de page, attribut de produit ou attribut d'achat en fonction de vos besoins. Les valeurs de zone d'attribut collectées à l'aide de balises peuvent être stockées en majuscules ou dans la casse dans laquelle elles ont été transmises aux balises. L'administrateur peut utiliser la page Attributs Explore de la console d'administration pour choisir la casse de tous les attributs d'un ID client.

Tableau 20 : Méthode de collecte des exemples de type d'attribut

Type d'attribut	Exemple	Méthode de collecte
Affichage de la page	Langue, Auteur	Zones d'attribut de la balise Affichage de la page : (pv_a1, pv_a2, ..., pv_a50)
Affichage du produit	Marque, Evaluation des avis	Zones d'attribut de la balise Affichage du produit : (pr_a1, pr_a2, ..., pr_a50)
Achat	Taille, Couleur	Zones d'attribut de la balise Achat : (s_a1, s_a2, ..., s_a50)
Commande/Transaction	Mode de règlement, Délai de réservation	Zones d'attribut de la balise Commande : (o_a1, o_a2, ..., o_a50)
Événement de conversion	Extension de téléchargement, Type de membre	Zones d'attribut de la balise Événement de conversion : (c_a1, c_a2, ..., c_a50)
Élément	Genre, Emplacement	Zones d'attribut de la balise Élément : (e_a1, e_a2, ..., e_a50)
Programme Marketing	Taille, Concepteur	Paires Nom/Valeur associées à la balise Impression marketing ou utilisées sur les URL de destination des programmes marketing (cm_mmca1=, cm_mmca2=, ...cm_mmca50=)
Inscription	Profession, Société, Type de membre	Zones "supplémentaires" de la balise Inscription (rg1, rg2, ..., rg50)

### Taille maximale de zone d'attribut

La taille maximale de zone par valeur d'attribut est de 256 caractères.

Lorsque vous ajoutez de nombreuses valeurs à une balise, n'oubliez pas qu'Internet Explorer possède une longueur d'URL maximale de 2083 caractères.

**Remarque :** Dans la limite des 256 caractères, vous pouvez surcharger un attribut avec plusieurs valeurs. Vous pouvez par exemple souhaiter capturer plusieurs couleurs pour une vue de produit et transmettre pour cela "Rouge|Vert|Bleu" comme valeur d'un attribut de couleur.

### Exemple de syntaxe d'attribut

Pour comprendre comment ces valeurs sont transmises à Digital Analytics dans les balises, étudiez le scénario ci-après.

Soit une balise Affichage de la page à laquelle vous devez transmettre 5 attributs qui décrivent davantage l'affichage de la page (Type, Auteur, Version du test de comparaison, Valeur de la page et Langue). La syntaxe standard d'une balise Affichage de la page est

```
cmCreatePageviewTag("IDPage", "IDCatégorie", "TermeRecherche", "RésultatsRecherche");
```

Vous pouvez par exemple exécuter la balise suivante :

```
cmCreatePageviewTag("Spurs Win Northwest Division", "Basketball", "Tim Duncan", "32");
```

Pour décrire davantage cette page, vous pouvez transmettre Type, Auteur, Version du test de comparaison, Valeur de la page et Langue. Maintenant, la syntaxe standard ressemble à la suivante :

```
cmCreatePageviewTag("IDPage", "IDCatégorie", "TermeRecherche", "RésultatsRecherche", "Type_-_Auteur_-_Version du test de comparaison_-_Valeur de la page_-_Langue");
```

Vous pouvez maintenant exécuter une balise similaire à la suivante :

```
cmCreatePageviewTag("Spurs Win Northwest Division", "Basketball", "Tim Duncan", "32", "Article_-_Smith_-_C_-_150_-_Spanish");
```

Pour Digital Analytics, les valeurs étant transmises dans l'ordre (pv\_a1=Type, pv\_a2=Auteur, pv\_a3=Version\_Test\_Comparaison, pv\_a4=Valeur\_Page et pv\_a5=Langue), vous n'avez pas besoin de faire référence au nom de la zone dans la syntaxe de la balise. Au lieu de cela, le nom de la zone est spécifié dans le fichier de bibliothèque de Digital Analytics. Cet ordre des zones doit rester le même dans toutes vos pages, même si vous ne transmettez pas certaines variables dans certaines pages.

### Zones d'attribut d'alias

Pour qu'un attribut puisse être utilisé dans un rapport, son alias doit être défini.

Un administrateur peut définir des alias d'attribut dans la page Attributs Explore d'Admin.

## Mesures vidéo

Pour mesurer et analyser la consommation de vidéos sur votre site, utilisez la balise Élément. Les balises Élément sont conçues pour les consultations à l'intérieur d'une même page. Les vidéos étant couramment visionnées lors d'une consultation de page traditionnelle, il est recommandé d'utiliser la balise Élément.

Lorsque vous utilisez la balise Élément, utilisez les éléments suivants :

### Catégorie d'éléments

Transmet la catégorie de la vidéo (par exemple, Vidéos Fitness)

### Nom de l'élément

Transmet le nom de la vidéo (par exemple, Six Minute Abs)

### Zone d'attribut d'élément 13 (e\_a13)

Transmettez le "Statut de la vidéo : " 0"=Démarrer ; "1"=Pause ; "2"=Lecture ; "3"=Fin, puis affectez à l'attribut d'élément 13 l'alias "Statut de la vidéo".

### Zone d'attribut d'élément 14 (e\_a14)

Transmettez l'"Horodatage de la vidéo"(en secondes) de l'action du statut. Par exemple, si l'utilisateur arrête la vidéo à 1:23, transmettez "83", puis affectez à l'attribut d'élément 14 l'alias "Horodatage de la vidéo".

### Zone d'attribut d'élément 15 (e\_a15)

Transmet la "durée de la vidéo" (en secondes). Par exemple, si la durée de la vidéo est 3:10, transmettez "190". Affectez ensuite à l'attribut d'élément 14 l'alias "Durée de la vidéo".

Les indicateurs suivants sont calculés à l'aide des balises décrites :

Nom	Définition	Format
Lancements de la vidéo	Nombre de 0 dans la zone du statut	1.350
Arrêts de la vidéo	Nombre de 1 dans la zone du statut	45
Lectures de la vidéo	Nombre de 2 dans la zone du statut	65
Vidéos terminées	Nombre de 3 dans la zone du statut	135
Moyenne des lancements de la vidéo/Visiteur	Nombre moyen de (Zone Statut -0) divisé par nombre de visiteurs uniques	1,23
Moyenne Temps de lecture de la vidéo	Moyenne de l'horodatage de la vidéo si Statut de la vidéo = 3	0:02:13
Moyenne de lecture de la vidéo	Moyenne de l'horodatage de la vidéo si Statut = 3 divisée par Durée de la vidéo	78,43 %
Moyenne d'accomplissement moyen des vidéos	Nombre de Statut de la vidéo = 3 si Horodatage >= (0,98*Durée de la vidéo) divisé par Nombre de Statut de la vidéo = 0	63,54 %

Dans le cadre des meilleures pratiques, vous pouvez envisager de collecter des attributs vidéo supplémentaires, tels que les suivants :

- Type de vidéo : (par exemple, Vidéo ou Message publicitaire par vidéo)
- Lecteur vidéo (par exemple, Windows Media Player, Real Player ou Quick Time)
- Nom du message publicitaire vidéo (par exemple, Holiday Inn Serenity Package)

## Mesures Web 2.0

Chaque organisation peut avoir une vision différente de Web 2.0. Pour simplifier les diverses technologies, ces dernières sont regroupées en trois compartiments : Acquisition, Diffusion et Communauté.

Objet	Exemples de technologie	Que mesurer et comment ?
Acquisition : Développer la couverture potentielle, offrir d'autres moyens de visiter le site et de consommer.	RSS, Widgets, Blogs, Réseaux sociaux.	Quoi ? Sources, intérêt, profondeur, valorisation de la marque, impact sur les objectifs. Comment ? Paramètres MMC.
Diffusion : Offrir une expérience en ligne plus rapide, plus riche, plus personnalisée, plus interactive et plus pratique.	Web 2.0 Storefront, AJAX, Flash/ Flex, Mobile, Applications composites, Vidéos, Podcasts, Portails, Recherche de facettes.	Quoi ? Interactions, popularité, impact sur les objectifs. Comment ? Eléments et Evénements.
Communauté : Permet aux utilisateurs d'ajouter du contenu, d'ajouter des valeurs ou de développer la communauté.	Avis utilisateur, Forums, Blogs publiés, Wikis.	Quoi ? Interactions, contributeurs, clients, impact sur les objectifs. Comment ? Page et Attributs.

## Mesures d'acquisition

Pour les mesures d'acquisition, déployez les paramètres MMC sur les liaisons entrantes.

Par exemple, si vous possédez un flux RSS et un widget avec un lien de retour vers votre site, appliquez les paramètres MMC à la liaison entrante. Par exemple, au lieu que le lien **Plus de détails** de votre widget pointe vers [www.votresite.com](http://www.votresite.com), faites en sorte qu'il pointe vers le widget comme indiqué.

```
www.votresite.com?cm_mmc=Widgets-_-News-_-TopStories-_-SpursWinDecisiveGame
```

## Mesure de la distribution

Pour la mesure de la distribution, déployez des balises Élément ou Événements de conversion en fonction du scénario.

Les balises Événements de conversion permettent d'analyser les événements de conversion non commerciaux (par exemple, les inscriptions, les téléchargements de clés, l'abonnement à un flux, le transfert à un ami, les clics de téléchargement d'un podcast, les connexions ou les vues du localisateur de magasins) et de leur affecter une pondération (par exemple, une inscription Gold vaut 50 points alors qu'un téléchargement de brochure vaut 10 points). Utilisez des balises Élément pour vous aider à analyser les consultations à l'intérieur d'une même page. Les sites lançant de plus en plus de contenus Web 2.0, où les contenus sont diffusés de manière asynchrone (ou sans chargement traditionnel de pages), vous devez considérer la page comme un conteneur de sous-vues et d'actions. Les balises d'élément représentent donc un moyen de mesurer des choses telles que les menus en incrustation Ajax, les interactions entre les onglets Ajax, les clics Flash et les actions vidéo.

Lorsque vous déployez les balises d'élément ou d'événement de conversion, déterminez quels autres attributs sur l'interaction il peut être intéressant de capturer. Par exemple, dans le cas d'une fenêtre en incrustation d'un produit Ajax, en plus de signaler que cette fenêtre en incrustation a été visualisée, vous pouvez collecter des attributs sur cette fenêtre, tels que son emplacement à l'écran (par exemple, Colonne 1, Ligne 2) ou le conteneur dans lequel elle a été servie (par exemple, module Page centrale).

## Mesures de la communauté

Les contenus relatifs à la communauté se présentent sous de nombreuses formes.

Par exemple, les avis des utilisateurs peuvent être collectés sous forme d'attribut de produit vu et d'activité d'achat (par exemple, l'évaluation de ces avis, le nombre d'avis, etc.). Les clics dans les forums et les blogs publiés par votre site génèrent généralement une vue de page (avec éventuellement certains attributs significatifs). Le choix de la méthode de balisage la plus appropriée dépend de la manière dont le contenu est présenté et dont vous souhaitez vous le représenter.

## Mesure des marges

Si vous devez mesurer et analyser des informations sur les marges de produit dans Digital Analytics Explore, importez les informations sur le coût des marchandises vendues (COGS) comme attribut d'achat à l'aide de la balise Boutique ou du fichier d'importation Boutique multicanaux (MCS).

Les indicateurs suivants sont calculés à l'aide de la zone d'attribut Achat 15 dans les balises et du fichier d'importation MCS (Multi-Channel Shop) :

Nom	Définition	Format
COGS	Coût des marchandises vendues	25,00 €
Marge	Ventes d'article - COGS	25,00 €

## Attributs des meilleures pratiques

La collecte d'attributs dans Digital Analytics Explore est extrêmement flexible. Vous pouvez transmettre aux zones d'attributs tout ce dont vous avez besoin et générer des rapports en conséquence.

Suivant le type de site que vous utilisez, étudiez les attributs ci-après.

### **Attributs de contenu recommandés**

Voici quelques attributs de contenu qui peuvent vous aider à générer des rapports plus significatifs.

#### **Attributs des pages vues**

- Version du test de comparaison (par exemple, Version A)
- Auteur (par exemple, Smith)
- Type de page (par exemple, Article)
- Valeur de la page (par exemple, 25)
- Date de publication (par exemple, 03-25-2008)

#### **Attributs d'optimisation des recherches sur site (transmis comme attributs de page)**

- Par auteur (par exemple, Smith)
- Par date (par exemple, 03-25-2008)
- Par catégorie (par exemple, Electronique)

#### **Attributs de l'élément**

- Conteneur (par exemple, Nom de la page)
- Emplacement (par exemple, C1R1)
- Message publicitaire vidéo (par exemple, Holiday Inn Serenity Package)
- Lecteur vidéo (par exemple, Windows Media Player)
- Statut de la vidéo (par exemple, 2)
- Horodatage de la vidéo (par exemple, 38)
- Durée de la vidéo (par exemple, 145)

#### **Attributs de l'événement de conversion**

- Type de piste de vente (par exemple, probabilité élevée)
- Conteneur (par exemple, Nom de la page)
- Type d'abonnement (par exemple, Newsletter Gold)
- Genre de podcast (par exemple, Formation)

### **Attributs de services financiers recommandés**

Voici quelques attributs de services financiers qui peuvent vous aider à générer des rapports plus significatifs.

#### **Attributs des pages vues**

- Version du test de comparaison (par exemple, Version A)
- Secteur d'activité (par exemple, Crédit, Prêts hypothécaires, PME)
- Type de page (par exemple, Article, Application, Marketing)
- Valeur de la page (par exemple, 25)
- Date de publication (par exemple, 03-25-2008)
- Objet (par exemple, Achat d'une résidence principale, Prêt étudiant)
- Langue (par exemple, Espagnol)

#### **Attributs d'optimisation des recherches sur site (transmis comme attributs de page)**

- Par produit (par exemple, Carte de crédit, Prêt, Compte chèque)
- Par catégorie (par exemple, Particuliers, PME, Commercial)
- Utilité des résultats (par exemple, Très utile, Inutile)

#### **Attributs de l'application (Achat)**

- Langue (par exemple, Espagnol)



- Version du test de comparaison (par exemple, Version B)
- Produit (par exemple, Compte de crédit sur valeur domiciliaire, Carte de crédit)
- Etat (par exemple, Texas)
- Type de compte (par exemple, Joint)
- Age (par exemple, 25)
- Nationalité (par exemple, Citoyen américain, Résident permanent)
- Etat matrimonial (par exemple, Célibataire)
- Score de crédit [numérique ou catégorie] (par exemple, 720 ou A)
- Revenus (par exemple, faibles, moyens, élevés)
- Situation professionnelle (par exemple, chômeur)
- Produits existants sélectionnés (par exemple, Compte chèque, Prêt hypothécaire)
- Evaluation des avis (par exemple, 3,4 étoiles)

#### **Attributs de l'événement de conversion**

- Type de piste de vente (par exemple, probabilité élevée, Prêt PME)
- Chat (par exemple, Prêt hypothécaire, Carte de crédit)
- Conteneur (par exemple, Nom de la page)
- Type d'abonnement (par exemple, Newsletter Gold)
- Genre de podcast (par exemple, Formation)

#### **Attributs de l'élément**

- Conteneur (par exemple, Nom de la page)
- Emplacement (par exemple, C1R1)
- Message publicitaire vidéo (par exemple, Holiday Inn Serenity Package)
- Lecteur vidéo (par exemple, Windows Media Player)
- Statut de la vidéo (par exemple, 2)
- Horodatage de la vidéo (par exemple, 38)
- Durée de la vidéo (par exemple, 145)

#### **Attributs d'application (Achat) importés :**

- Canal des transactions (par exemple, téléphone portable, succursale)
- Type de destinataire des transactions (par exemple, Particuliers, PME, Institution)

#### **Attributs de distribution recommandés**

Voici quelques attributs de distribution qui peuvent vous aider à générer des rapports plus significatifs.

#### **Attributs de l'affichage produit**

- Evaluation des avis utilisateur (par exemple, 3,4 étoiles)
- Nombre d'avis (par exemple, 14)
- Nombre de ventes croisées affichées (par exemple, 3)
- Marque (par exemple, Reebok)

#### **Attributs de la commande**

- Code promotion (par exemple, FRSHIP)
- Mode de règlement (par exemple, AMEX)

#### **Attributs d'optimisation des recherches sur site (transmis comme attributs Page ou Produit et Achat)**

- Par marque (par exemple, Panasonic)
- Par prix (par exemple, 0 - 49 €)

- Par catégorie (par exemple, Electronique)

#### **Attributs de l'achat**

- Statut du stock (par exemple, rupture de stock)
- Couleur (par exemple, Rouge)
- Taille (par exemple, XL)

#### **Attributs de l'élément**

- Conteneur contextuel (par exemple, Page principale Electronique)
- Emplacement contextuel (par exemple, C2,R3)
- Lecteur vidéo (par exemple, Windows Media Player)
- Statut de la vidéo (par exemple, 2)
- Horodatage de la vidéo (par exemple, 38)
- Durée de la vidéo (par exemple, 145)

#### **Attributs de l'événement de conversion**

- ID localisateur du magasin (par exemple, 314)
- Articles à conserver (par exemple, 5)

#### **Attributs de l'achat importés :**

- Statut du stock (par exemple, rupture de stock)
- Coût des marchandises vendues (par exemple, 12,99)

#### **Attributs de la commande importés**

- Type de règlement (par exemple, Carte de crédit, Espèces, Chèque)
- Type de carte de crédit (par exemple, Amex, Visa, MC)
- ID magasin (par exemple, 1234)

#### **Attributs de déplacement recommandés - Compagnie aérienne**

Voici quelques attributs de déplacement par avion qui peuvent vous aider à générer des rapports plus significatifs.

#### **Attributs de la réservation (Transaction)**

- Délai de réservation (nombre de jours entre la réservation et la date du voyage) - (par exemple, 15)
- Jour du déplacement dans la semaine (par exemple, mercredi|samedi)
- Heure du déplacement (par exemple, matin|après-midi)
- Classe tarifaire (par exemple, Z|Y)
- Classe de siège (par exemple, Première|Première)
- Nombre d'escales (par exemple, 0)
- Nombre d'adultes (par exemple, 2)
- Nombre d'enfants qui voyagent (par exemple, 2)
- Type de voyage (par exemple, aller-retour)
- Mode de règlement (par exemple, AMEX)
- Durée du voyage (en jours) - (par exemple, 5)
- Prime du programme de fidélité (miles) - (par exemple, 25 000)
- Code promotion (par exemple, ENT29303)

#### **Attributs de l'affichage produit**

- Longueur du trajet (en miles) - (par exemple, 2130)
- Numéro de vol - (par exemple, 895|1203)

- Modèle d'avion - (par exemple, MD80|Boeing 770)
- Type de vol - (par exemple, International)

#### **Attributs de l'événement de conversion**

- Conteneur (par exemple, Nom de la page)
- Type d'abonnement (par exemple, Newsletter Gold)
- Genre de podcast (par exemple, Formation)

#### **Attributs de l'élément**

- Conteneur (par exemple, Nom de la page)
- Emplacement (par exemple, C1R1)
- Message publicitaire vidéo (par exemple, Holiday Inn Serenity Package)
- Lecteur vidéo (par exemple, Windows Media Player)
- Statut de la vidéo (par exemple, 2)
- Horodatage de la vidéo (par exemple, 38)
- Durée de la vidéo (par exemple, 145)

#### **Attributs de la réservation importés :**

- ID kiosque (par exemple, 123)
- ID agence de voyage (par exemple, 123)
- Rep du centre d'appels (par exemple, Nom du rep, 123)

#### **Attributs de déplacement recommandés - Hôtel**

Voici quelques attributs de séjour en hôtel qui peuvent vous aider à générer des rapports plus significatifs.

#### **Attributs de la réservation (Transaction)**

- Marque (par exemple, Crown Plaza)
- Délai de réservation (nombre de jours entre la réservation et la date du séjour) - (par exemple, 3)
- Jour d'arrivée dans la semaine (par exemple, mercredi)
- Jour de départ dans la semaine (par exemple, vendredi)
- Classe tarifaire (par exemple, Z)
- Nombre d'adultes (par exemple, 2)
- Nombre d'enfants (par exemple, 1)
- Mode de règlement (par exemple, AMEX)
- Durée du séjour (en nuits) - (par exemple, 2)
- Prime du programme de fidélité (points) - (par exemple, 25 000)
- Code promotion (par exemple, ENT29303)
- Type de chambre (par exemple, Standard)
- Fumeur/Non fumeur (par exemple, Non fumeur)

#### **Attributs du produit**

- Marque (par exemple, Hampton Inn)
- Ville (par exemple, Austin)
- Région (par exemple, Sud Ouest des Etats-Unis)

#### **Attributs de l'événement de conversion**

- Conteneur (par exemple, Nom de la page)
- Type d'abonnement (par exemple, Newsletter Gold)
- Genre de podcast (par exemple, Formation)

### **Attributs de l'élément**

- Conteneur (par exemple, Nom de la page)
- Emplacement (par exemple, C1R1)
- Message publicitaire vidéo (par exemple, Holiday Inn Serenity Package)
- Lecteur vidéo (par exemple, Windows Media Player)
- Statut de la vidéo (par exemple, 2)
- Horodatage de la vidéo (par exemple, 38)
- Durée de la vidéo (par exemple, 145)

### **Attributs de la réservation (Transaction) importés :**

- ID agence de voyage (par exemple, 123)
- Rep du centre d'appels (Nom du rep, 123)

### **Attributs de déplacement recommandés - Voiture de location**

Voici quelques attributs de déplacement en voiture de location qui peuvent vous aider à générer des rapports plus significatifs.

### **Attributs de la réservation (Transaction)**

- Délai de réservation (nombre de jours entre la réservation et la date de la location) - (par exemple, 3)
- Premier jour de la location dans la semaine (par exemple, mercredi)
- Dernier jour de la location dans la semaine (par exemple, vendredi)
- Lieu de location (par exemple, SFO)
- Lieu de remise du véhicule (par exemple, LAX)
- Classe du véhicule (par exemple, Standard)
- Mode de règlement (par exemple, AMEX)
- Durée de la location (en jours) - (par exemple, 2)
- Prime du programme de fidélité (points) - (par exemple, 25 000)
- Partenaire du programme de fidélité (par exemple, American Airlines)
- Code promotion (par exemple, ENT29303)

### **Attributs du produit**

- Marque (par exemple, Toyota)
- Modèle (par exemple, Camry)

### **Attributs de l'événement de conversion**

- Conteneur (par exemple, Nom de la page)
- Type d'abonnement (par exemple, Newsletter Gold)
- Genre de podcast (par exemple, Formation)

### **Attributs de l'élément**

- Conteneur (par exemple, Nom de la page)
- Emplacement (par exemple, C1R1)
- Message publicitaire vidéo (par exemple, Holiday Inn Serenity Package)
- Lecteur vidéo (par exemple, Windows Media Player)
- Statut de la vidéo (par exemple, 2)
- Horodatage de la vidéo (par exemple, 38)
- Durée de la vidéo (par exemple, 145)

### Attributs de la réservation (Transaction) importés :

- ID agence de voyage (par exemple, 123)
- Rep du centre d'appels (Nom du rep, 123)

## Autres informations de contact

---

Pour demander des améliorations du produit, prenez contact avec IBM à l'adresse [cm\\_feedback@us.ibm.com](mailto:cm_feedback@us.ibm.com)

Si vous avez besoin d'assistance concernant le produit, prenez contact avec le centre de support clients IBM à l'adresse suivante : <https://support.ibmcloud.com>

Vous pouvez également prendre contact avec le bureau IBM de votre région.

États-Unis	
IBM 1001 E Hillside Boulevard Foster City, CA 94402 Numéro vert : 1.866.493.2673	IBM Austin 11501 Burnet Road Building 905, Floor 2 Austin, TX 78758-3400 Numéro vert : 1.866.493.2673
IBM Dallas 750 W John Carpenter Freeway Irving, TX 75039 Numéro vert : 1.866.493.2673	
Europe	
IBM United Kingdom Limited 3 Furzeground Way Stockley Park Uxbridge Middlesex UB11 1EZ Royaume-Uni Tél : 020 8867 8003	IBM GmbH Beim Strohhaus 17 D-20097 Hamburg Allemagne Tél : 0800-180-2597
IBM France 17 Avenue de l'Europe 92275 Bois Colombes Cedex France Tél : 0800 91 4912	
Asie Pacifique	

<p>IBM  Hong Kong Limited  Silvercord Tower 2  Room 907  30, Canton Road  Tsim Sha Tsui  Kowloon  Hong Kong, Chine  Tél : +852 8201 0823  Fax : +852 8201 0832</p>	<p>IBM  Australia and New Zealand  60 Southgate Ave  Southgate VIC 3006  AUSTRALIE  (Aus) 1800 69 CORE  (NZ) 0800 69 CORE</p>
--	---

**Vos commentaires sont les bienvenus.**

Faites-nous parvenir vos commentaires à l'adresse suivante :

IBM Bay Area Lab  
1001 E Hillsdale Boulevard  
Foster City, California 94404  
États-Unis

Vous pouvez nous envoyer vos commentaires au format électronique en utilisant l'une des méthodes suivantes :

**Numéro vert :**

1+866-493-2673

**Centre de support :**

<https://support.ibmcloud.com>

**Web :**

[www.ibm.com/marketing-solutions/](http://www.ibm.com/marketing-solutions/)

Si vous souhaitez recevoir une réponse, vous devez préciser vos nom, adresse et numéro de téléphone ou numéro de fax. Veillez à inclure les informations suivantes dans votre commentaire ou votre remarque :

- Titre du présent document
- Numéro de page ou rubrique en rapport avec votre commentaire

IBM pourra utiliser ou diffuser, de toute manière qu'elle jugera appropriée et sans aucune obligation de sa part, tout ou partie des informations qui lui seront fournies.

## Support technique

---

**Centre de support**

Le site de support est disponible à l'adresse <https://support.ibmcloud.com> ou en cliquant sur le lien Support dans la barre de menus de l'application.

Le site du centre de support contient ce qui suit :

- **Une base de connaissances pouvant faire l'objet d'une recherche** pour répondre aux questions et fournir un accès instantané aux documents essentiels tels que les guides d'implémentation, le glossaire des indicateurs, les guides d'utilisation, les notes sur l'édition, etc.
- **Des outils éducatifs** comme des formations sur le Web et des Webinars archivés.
- **Des informations liées au marketing**, notamment des études de cas, des livres blancs et des événements à venir, tels que les rencontres avec les clients.
- **Les notifications** envoyées par le service de support.

- **Le suivi des problèmes**, depuis la création d'une fiche jusqu'à la résolution du problème, vous offrant ainsi un aperçu complet de l'état de vos requêtes.
- **Des commentaires en retour** qui vous permettent de proposer des suggestions pour améliorer le site de support. (Envoyez vos commentaires en retour sur les applications à l'adresse [cm\\_feedback@us.ibm.com](mailto:cm_feedback@us.ibm.com)).
- **Des forums de discussion** vous permettant de communiquer immédiatement avec nos représentants du service Meilleures pratiques.

## Remarques

---

Le présent document a été développé pour des produits et des services proposés aux Etats-Unis.

Le présent document peut contenir des informations ou des références concernant certains produits, logiciels ou services IBM non annoncés dans ce pays. Pour plus de détails, référez-vous aux documents d'annonce disponibles dans votre pays ou adressez-vous à votre partenaire commercial IBM. Toute référence à un produit, logiciel ou service IBM n'implique pas que seul ce produit, logiciel ou service IBM puisse être utilisé. Tout autre élément fonctionnellement équivalent peut être utilisé, s'il n'enfreint aucun droit d'IBM. Il est de la responsabilité de l'utilisateur d'évaluer et de vérifier lui-même les installations et applications réalisées avec des produits, logiciels ou services non expressément référencés par IBM.

IBM peut détenir des brevets ou des demandes de brevet couvrant les produits mentionnés dans le présent document. La remise du présent document ne vous octroie aucun droit de licence sur ces brevets ou demandes de brevet. Vous pouvez envoyer des demandes au sujet des licences par écrit en vous adressant à :

*IBM Director of Licensing  
IBM Corporation  
North Castle Drive, MD-NC119  
Armonk, NY 10504-1785  
Etats-Unis*

Pour le Canada, veuillez adresser votre courrier à :

*IBM Director of Commercial Relations IBM Canada Ltd. 3600 Steeles Avenue East  
Markham, Ontario L3R 9Z7 Canada*

Pour toute question concernant les licences relatives à un produit utilisant un jeu de caractère double octet, adressez-vous au Département de la propriété intellectuelle IBM de votre pays ou écrivez à :

*Intellectual Property Licensing Legal and Intellectual Property Law  
IBM Japan Ltd. 19-21,  
Nihonbashi-Hakozakicho, Chuo-ku  
Tokyo 103-8510, Japon*

**Le paragraphe suivant ne s'applique ni au Royaume-Uni ni à aucun pays dans lequel il serait contraire aux législations locales :** INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES CORPORATION FOURNIT CETTE PUBLICATION "EN L'ETAT" SANS AUCUNE GARANTIE QUELLE QU'ELLE SOIT, EXPLICITE OU IMPLICITE, INCLUANT MAIS DE FAÇON NON RESTRICTIVE LES GARANTIES IMPLICITES D'ABSENCE DE CONTREFAÇON, DE QUALITE MARCHANDE ET D'ADEQUATION A UN USAGE DONNE. Certaines juridictions n'autorisent pas l'exclusion des garanties implicites, auquel cas l'exclusion ci-dessus ne vous sera pas applicable.

Le présent document peut contenir des inexactitudes ou des coquilles. Ce document est mis à jour périodiquement. Chaque nouvelle édition inclut les mises à jour. IBM peut, à tout moment et sans préavis, modifier les produits et logiciels décrits dans ce document.

Les références à des sites Web non IBM sont fournies à titre d'information uniquement et n'impliquent en aucun cas une adhésion aux données qu'ils contiennent. Les éléments figurant sur ces sites Web ne font

pas partie des éléments du présent produit IBM et l'utilisation de ces sites relève de votre seule responsabilité.

IBM pourra utiliser ou diffuser, de toute manière qu'elle jugera appropriée et sans aucune obligation de sa part, tout ou partie des informations qui lui seront fournies.

Les licenciés souhaitant obtenir des informations permettant : (i) l'échange des données entre des logiciels créés de façon indépendante et d'autres logiciels (dont celui-ci), et (ii) l'utilisation mutuelle des données ainsi échangées, doivent adresser leur demande à :

*IBM Director of Licensing IBM Corporation  
North Castle Drive, MD-NC119  
Armonk, NY 10504-1785 US*

Ces informations peuvent être soumises à des conditions particulières, prévoyant notamment le paiement d'une redevance.

Le logiciel sous licence décrit dans ce document et tous les matériels sous licence disponibles s'y rapportant sont fournis par IBM conformément aux dispositions de l'ICA, des Conditions internationales d'utilisation des logiciels IBM ou de tout autre accord équivalent.

Les données de performances et les exemples de clients ne sont présentés qu'à des fins d'illustration. Les performances réelles peuvent varier en fonction des configurations et des conditions d'exploitation spécifiques.

Les informations concernant des produits non IBM ont été obtenues auprès des fournisseurs de ces produits, par l'intermédiaire d'annonces publiques ou via d'autres sources disponibles. IBM n'a pas testé ces produits et ne peut confirmer l'exactitude de leurs performances ni leur compatibilité. Elle ne peut recevoir aucune réclamation concernant des produits non IBM. Toute question concernant les performances de produits non IBM doit être adressée aux fournisseurs de ces produits.

Les instructions relatives aux intentions d'IBM pour ses opérations à venir sont susceptibles d'être modifiées ou annulées sans préavis, et ne représentent que de simples objectifs.

Tous les tarifs indiqués sont les prix de vente actuels suggérés par IBM et sont susceptibles d'être modifiés sans préavis. Les tarifs appliqués peuvent varier selon les revendeurs.

Ces informations sont fournies uniquement à titre de planification. Elles sont susceptibles d'être modifiées avant la mise à disposition des produits décrits.

Le présent document peut contenir des exemples de données et de rapports utilisés couramment dans l'environnement professionnel. Ces exemples mentionnent des noms fictifs de personnes, de sociétés, de marques ou de produits à des fins illustratives ou explicatives uniquement. Toute ressemblance avec des noms de personnes, de sociétés ou des données réelles serait purement fortuite.

#### LICENCE DE COPYRIGHT :

Le présent logiciel contient des exemples de programmes d'application en langage source destinés à illustrer les techniques de programmation sur différentes plateformes d'exploitation. Vous avez le droit de copier, de modifier et de distribuer ces exemples de programmes sous quelque forme que ce soit et sans paiement d'aucune redevance à IBM, à des fins de développement, d'utilisation, de vente ou de distribution de programmes d'application conformes aux interfaces de programmation des plateformes pour lesquels ils ont été écrits ou aux interfaces de programmation IBM. Ces exemples de programmes n'ont pas été rigoureusement testés dans toutes les conditions. Par conséquent, IBM ne peut garantir expressément ou implicitement la fiabilité, la maintenabilité ou le fonctionnement de ces programmes. Les exemples de programme sont fournis "EN L'ETAT" sans garantie d'aucune sorte. IBM ne sera en aucun cas responsable des dommages liés à l'utilisation des exemples de programme.

Toute copie totale ou partielle de ces programmes exemples et des oeuvres qui en sont dérivées doit comprendre une notice de copyright, libellée comme suit :

Des segments de code sont dérivés des programmes exemples d'IBM Corp.

© Copyright IBM Corp. 2017 . All rights reserved.



## Marques

---

IBM, le logo IBM et [ibm.com](http://ibm.com) sont des marques d'International Business Machines aux Etats-Unis et/ou dans certains autres pays. D'autres noms de services et de produits peuvent être des marques d'IBM ou d'autres sociétés. La liste actualisée de toutes les marques d'IBM est disponible sur la page Web "Copyright and trademark information" à l'adresse [www.ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://www.ibm.com/legal/copytrade.shtml).

## Dispositions applicables à la documentation du produit

---

Les droits d'utilisation relatifs à ces publications sont soumis aux dispositions suivantes :

### Applicabilité

Ces dispositions s'ajoutent aux conditions d'utilisation relatives au site Web IBM.

### Usage personnel

Vous pouvez reproduire ces publications pour votre usage personnel, non commercial, sous réserve que toutes les mentions de propriété soient conservées. Vous ne pouvez distribuer ou publier tout ou partie de ces informations ou en faire des oeuvres dérivées, sans le consentement exprès d'IBM.

### Usage commercial

Vous pouvez reproduire, distribuer et afficher ces publications uniquement au sein de votre entreprise, sous réserve que toutes les mentions de propriété soient conservées. Vous ne pouvez pas reproduire, distribuer, afficher ou publier tout ou partie de ces publications en dehors de votre entreprise, ni en faire des oeuvres dérivées, sans le consentement exprès d'IBM.

### Droits

Excepté les droits d'utilisation expressément accordés dans le présent document, aucun autre droit, licence ou autorisation, implicite ou explicite, n'est accordé pour ces publications ou autres informations, données, logiciels ou droits de propriété intellectuelle contenus dans ces publications.

IBM se réserve le droit de retirer les autorisations accordées ici si, à sa discrétion, l'utilisation des publications s'avère préjudiciable à ses intérêts ou que, selon son appréciation, les instructions susmentionnées n'ont pas été respectées.

Vous ne pouvez télécharger, exporter ou réexporter ces informations qu'en total accord avec toutes les lois et règlements applicables dans votre pays, y compris les lois et règlements américains relatifs à l'exportation.

IBM N'OCTROIE AUCUNE GARANTIE SUR LE CONTENU DE CES PUBLICATIONS. LES PUBLICATIONS SONT FOURNIES « EN L'ETAT » SANS GARANTIE D'AUCUNE SORTE, EXPLICITE OU IMPLICITE, Y COMPRIS SANS S'Y LIMITER, SANS GARANTIE DE RESPECT DES LEGISLATIONS EN VIGUEUR, DE CONFORMITE AUX EXIGENCES COMMERCIALES OU D'ADEQUATION A UN USAGE PARTICULIER.

## Remarque sur les règles de confidentialité

---

Les logiciels IBM, y compris le logiciel sous forme de services ("Offres logicielles") peuvent utiliser des cookies ou d'autres technologies pour collecter des informations sur l'utilisation des produits, pour aider à améliorer l'expérience de l'utilisateur final, pour personnaliser les interactions avec l'utilisateur final, etc. Un cookie est un fragment de données qu'un site Web peut envoyer à votre navigateur et qui peuvent être stockées sur votre ordinateur sous forme de balise identifiant la machine. Très souvent, aucune information personnelle n'est collectée par ces cookies. Si une offre logicielle vous permet de collecter des informations personnelles via des cookies et d'autres technologies similaires, vous trouverez ci-dessous des renseignements spécifiques les concernant.

En fonction des configurations déployées, cette offre logicielle peut utiliser des cookies de session et persistants qui collectent le nom de chaque utilisateur et d'autres renseignements personnels ; ils servent à la gestion de la session, à une meilleure convivialité pour l'utilisateur et à des fins de suivi ou de fonctionnement. Ces cookies peuvent être désactivés, mais leur désactivation élimine la fonctionnalité qu'ils offrent.

Plusieurs juridictions régulent la collecte d'informations personnelles via des cookies et des technologies similaires. Si les configurations déployées pour cette offre logicielle vous permettent en tant que client de collecter des informations personnelles d'utilisateurs finaux via des cookies et d'autres technologies, vous devez rechercher votre propre avis légal concernant les lois applicables à cette collecte de données, dont toute exigence de mention et d'accord lorsqu'approprié.

IBM demande que les clients (1) fournissent un lien clair aux conditions d'utilisation du site Web (par exemple, les règles de confidentialité), avec un lien aux pratiques de collecte et d'utilisation de données client et IBM, (2) indiquent des cookies et des gifs transparents/pixels espions sont placés sur l'ordinateur du visiteur par IBM au nom du client, avec une explication sur l'objectif de cette technologie, et (3) dans la mesure autorisée par la loi, obtiennent l'accord des visiteurs du site Web avant le placement de cookies et de gifs transparents/pixels espions placés par le client ou par IBM pour le compte du client sur les appareils des visiteurs du site Web.

Pour plus d'informations sur l'utilisation de diverses technologies, y compris les cookies, voir la déclaration de confidentialité en ligne d'IBM à l'adresse <http://www.ibm.com/privacy/details/us/en>, section "Cookies, Web Beacons and Other Technologies."



