Rapport audience - zephyr-mobility.com

Extrait fictif inspiré de Google Analytics 4, construit à partir de l’export GA4 fourni pour le cas Zéphyr.

Synthèse audience

L’export contient 640 lignes, 643,939 sessions et 41,892 conversions. Les sources payantes pèsent fortement dans l’acquisition, mais les écarts avec Meta Ads et Google Ads rendent l’attribution instable.

Lecture marketing

facebook/paid et google/cpc concentrent une part importante du trafic. La newsletter conserve un taux de conversion intéressant mais reste sous-exploitée dans le volume global.

Point de vigilance

Les conversions GA4 ne réconcilient pas proprement les achats Meta et Google Ads. Le pilotage du CAC et du ROI ne peut donc pas être considéré comme fiable sans nettoyage du tracking.

Segments à relier

Les analyses doivent être croisées avec les segments Commuter, Explore, Lifestyle et Cargo, ainsi qu’avec les données CRM et l’historique média.

Source / medium	Sessions	Conversions	Taux conv.
google/organic	209,560	13,338	6.36%
facebook/paid	172,909	8,907	5.15%
google/cpc	145,332	11,254	7.74%
direct/none	76,650	4,632	6.04%
newsletter/email	39,488	3,761	9.52%

Les constats ci-dessus sont produits pour simuler un audit technique et orienter les recommandations des étudiants. Les chiffres doivent être interprétés comme des signaux à challenger.