



ECOMMERCE AI ANALYST KIT

Faites de ChatGPT ou Claude un meilleur analyste e-commerce.

Votre IA n'est généralement pas le problème. Le contexte l'est. Avec ce kit, vous connectez vos outils, décrivez votre entreprise une fois et posez des questions précises. Donc chaque réponse montre ce qui est certain et ce qui est une supposition.

Guide de connexion 1 maître prompt 6 experts invités

01 · COMMENT ÇA marche

4 étapes pour obtenir une analyse fiable.

1

Connectez ou exportez vos données

Connectez Shopify, Meta et Klaviyo à votre AI. Exporter tout ce qui ne peut être connecté.

2

Décrivez votre entreprise une fois

Laissez votre AI remplir votre contexte d'affaires, ou faites-le vous interviewer. Après cela, vous ne remplissez que quelques détails.

3

Configurez votre analyste

Mettez le maître prompt et votre contexte dans un projet ou une compétence. Puis chaque conversation commence bien.

4

Posez 1 question à la fois

Choisissez une demande de spécialiste. Un sujet différent ? Commencez un nouveau chat dans votre projet.

Layer Insights ECOMMERCE AI ANALYST KIT

Travailler en toute sécurité avec vos données

Autorisez votre IA uniquement à lire les données. Certains connecteurs peuvent aussi modifier des prix, des campagnes ou des e-mails. Le prompt principal interdit ces changements ; n'approuvez jamais une modification que vous n'avez pas demandée.

Supprimez les noms, adresses électroniques, adresses et numéros de téléphone de vos exportations avant de les partager. Une identification client suffit.

Vérifiez si vos conversations peuvent être utilisées pour former le modèle. Éteins ça si tu n'en veux pas.

Travailler avec une équipe ? Utilisez un compte d'entreprise et acceptez les données que vous faites et ne partagez pas.

02 · CONNECTEZ VOTRE OUTILS

Connectez ce que vous pouvez. Exportez le reste.

La route la plus rapide est de connecter vos outils directement à votre AI. Votre AI récupère ensuite les chiffres eux-mêmes et vous n'avez pas besoin d'exporter quoi que ce soit. Voici où se trouve chaque outil en ce moment.

Shopify Connect

Shopify a ses propres connecteurs pour ChatGPT et Claude. Votre AI lit ensuite vos commandes, produits, clients et analyses directement.

COMMENT LE FAIRE

Dans Claude, allez à Personnaliser, Connecteurs et recherchez Shopify. Dans ChatGPT, recherchez Shopify sous Applications. Connectez-vous avec votre compte Shopify et approuvez l'accès.

Le connecteur peut également changer des choses, comme les prix. N'accordez que les permissions dont vous avez besoin.

Meta Ads Connexion

Meta a des connecteurs AI officiels pour Claude et ChatGPT, toujours en bêta. Votre AI lit vos campagnes, résultats et qualité du signal.

COMMENT LE FAIRE

Dans Claude, ajoutez un connecteur personnalisé sous Personnaliser, Connecteurs avec l'adresse `mcp.facebook.com/ads`. Puis connectez-vous avec Facebook et choisissez votre compte d'affaires.

Ce connecteur peut également créer et modifier des campagnes. Ne l'utilisez que pour les rapports.

Klaviyo Connect

Klaviyo a son propre serveur MCP. Avec elle, votre AI lit vos campagnes, flux et résultats.

COMMENT LE FAIRE

Dans Claude, ajoutez-le comme connecteur personnalisé. Rechercher Klaviyo Serveur MCP pour les étapes actuelles. Dans ChatGPT cela ne fonctionne que sur Business, Enterprise et Edu.

Tu ne peux pas te connecter ? Exportez vos rapports par flux et par campagne.

Autre outil de messagerie Vérifier ou exporter

Utiliser Mailchimp, ActiveCampaign ou un autre outil ? Vérifiez si elle est listée parmi les connecteurs de votre outil d'IA.

COMMENT LE FAIRE

Pas listé ? Exportez vos performances par flux et par campagne.

Google Ads Export

Google a un connecteur officiel, mais il est lu- seulement, technique à configurer et ne fonctionne que sur le bureau des outils comme Claude Code. Pour la plupart des magasins l'exportation est plus rapide.

COMMENT LE FAIRE

Exporter un rapport de campagne par jour en CSV, avec coûts, conversions, valeur de conversion, clics et impressions.

Rechercher Console Export

Google n'a pas de connecteur propre pour Search Console. Les connecteurs tiers donnent accès à vos données à une entreprise inconnue.

COMMENT LE FAIRE

Allez à Performance, choisissez les 3 derniers mois et exportez des pages et des requêtes.

Coûts Télécharger ou connecter

Votre produit coûte et d'autres coûts vivent généralement dans un tableur.

COMMENT LE FAIRE

Téléchargez le fichier, ou connectez Google Drive ou OneDrive afin que votre AI lit votre tableur lui-même.

COMMENT AJOUTER UN CONNECTEUR

Claude ChatGPT

Allez à Personnaliser, Connecteurs. Fonctionnaires Les connecteurs sont dans la liste. Ajouter une coutume connecteur avec le bouton + et l'adresse du serveur. Sur le plan gratuit, vous pouvez utiliser

1 connecteur personnalisé à la fois.

Installez des applications officielles, comme Shopify, sous Applications. Les connecteurs MCP personnalisés ne fonctionnent que sur Business, Enterprise et Edu, en mode développeur.

Gémeaux ou autre chose

Vérifiez si votre outil apparaît dans sa liste d'applications ou de connecteurs. Sinon, travaillez avec les exportations.

03 · LISTE DE CONTRÔLE DES DONNÉES

Vous ne pouvez pas connecter vos outils ? Utilisez ces exports.

Cochez ce que vous avez ramassé. Tu n'as pas besoin de tout pour toutes les questions. Chaque invite énumère ce dont elle a besoin.

Shopify Toujours nécessaire

Commande l'exportation pour votre période comme CSV. Vous le trouverez sous Commandes, Export.

Exportation de produits avec noms de produits et UGS. Sous Produits, Exportation.

Reportez-vous avec les revenus des clients nouveaux et revenus, de vos rapports Shopify.

Signalez avec les ventes par canal de marketing, à partir de vos rapports Shopify.

Meta Ads pour la PUBLICITÉ ET LE PROFIT

Exporter de Ads Manager par campagne et par jour. Avec le montant dépensé, achats, valeur de conversion, impressions et clics.

Votre réglage d'attribution, par exemple 7 jours après le clic et 1 jour après la vue.

Annonces Google POUR PUBLICITÉ ET PROFIT

Rapport de campagne par jour avec coût, conversions, valeur de conversion, clics et impressions.

Une courte liste des campagnes qui se déroulent sur votre propre marque.

Outil de courrier électronique POUR LA RETENTION

Performance par flux et par campagne. Bénéficiaires, clics, commandes et revenus.

La fenêtre d'attribution de votre e-mail.

Coûts des produits et des produits

Coût du produit par UGS.

Frais d'expédition par commande, ou une moyenne.

Frais de paiement en pourcentage.

Coûts fixes par mois, si vous voulez également voir le bénéfice net.

Console de recherche uniquement pour le référencement

Exportation de pages et de requêtes pour les 3 derniers mois.

Utilisez la même période pour chaque exportation.

Exportation par jour ou par semaine, pas seulement des totaux.

Remarquez les promotions, les produits vendus et les variations de prix au cours de cette période.

04 · CONTEXTE DES ENTREPRISES

Votre IA doit connaître votre entreprise. Configurez ce contexte une fois.

Une analyse n'est qu'aussi bonne que le contexte de votre AI. Choisissez comment vous le capturez. Dans les 3 cas, vous ne remplissez que quelques détails.

Laissez votre AI le remplir

Meilleur si Shopify est connecté

Interrogez-vous

15 minutes, 1 question à la fois

Remplissez-le vous-même.

Le modèle, avec des blancs

Votre AI lit vos commandes et produits, regarde votre magasin et remplit autant qu'il peut.
C'est

prompt · laissez votre AI remplir votre contexte d'affaires

Écrivez mon contexte d'affaires pour les analyses de commerce électronique. Faites autant que vous pouvez.

1. Lire mes commandes et produits des 12 derniers mois via la connexion Shopify, ou des exportations que je partage. 2. Regardez mon magasin à [STORE URL]. 3. Utilisez cela pour remplir le modèle ci-dessous aussi complètement que vous le pouvez. Travaillez en moyenne et montrez comment. 4. Tout ce que vous ne pouvez pas trouver ou calculer, marquer comme [FILL IN]. Devinez pas. 5. Alors ne me posez pas plus de 5 questions pour combler les lacunes. 1 question à la fois.

Livrez le résultat en 1 bloc de texte que je peux enregistrer dans mon projet.

Entreprise Nous sommes [BRAND NAME], une boutique en ligne dans [CATÉGORIE, par exemple des soins naturels]. Nous vendons principalement à [AUDIENCE, par exemple des femmes âgées de 25 à 45 ans au Royaume-Uni]. Notre produit le plus vendu est [PRODUCT]. Nos prix vont de [LOWEST] à [HIGHEST].

Canaux Nous vendons à travers [propriété / Amazon / autres marchés / vente au détail]. Nous faisons de la publicité sur [Meta / Google / TikTok / Pinterest], avec environ [AMOUNT] par mois. Nous envoyons un courriel à travers [Klaviyo / autre outil].

Nombres Valeur de commande moyenne [AMOUNT], hors TVA. Marge brute moyenne [PERCENTAGE]. À propos des commandes [NUMBER] par mois. Coût moyen d'expédition par commande [AMOUNT]. Honoraires de paiement au sujet du [PERCENTAGE].

Measurement Shopify est notre source de revenus et de commandes. Meta mesures avec [7 jours après le clic et 1 jour après la vue / autre chose]. Tout ce qui est inhabituel dans notre mesure [par exemple une nouvelle bannière de cookies depuis mars, ou aucune].

Objectifs Notre objectif principal ce trimestre est [plus de nouveaux clients / plus de marge / plus d'achats répétés]. Nous ne voulons pas payer plus que [MONTANT] pour un nouveau client. Nous mesurons le succès par [Metric].

Tout ce qui est inhabituel dans cette période [Promotions, produits vendus, changements de prix, nouveaux canaux. Ou aucun.]

Enregistrez le résultat. Mettez-le dans votre projet, dans les instructions ou comme un fichier. Alors tu n'as jamais à le faire Recollez-le.

05 · MASTER PROMPT

Des règles pour que votre IA reste fiable.

C'est le fondement de chaque analyse. Mettez-le dans votre projet ou collez-le d'abord dans un nouveau chat. Il fait votre AI dire d'où ses données proviennent, seulement lire, et garder faits, calculs et devines séparés.

maître prompt · dans votre projet ou collé en premier

Vous êtes mon analyste du commerce électronique. Tu m'aides à prendre de meilleures décisions sur mon magasin, en me basant sur mes propres données.

Mon entreprise [Pas votre contexte d'affaires ici]

D'où viennent mes données Vous obtenez des données de deux façons. Par des connexions à mes outils, tels que Shopify, Meta et Klaviyo, et par des fichiers I télécharger. Pour chaque analyse, indiquez la source que vous utilisez et la période qu'elle couvre.

Règles pour chaque analyse 1. Utilisez seulement les informations de mes connexions, fichiers et contexte. Ne pas utiliser les chiffres généraux de l'industrie à moins que je les demande. 2. Tu lis seulement. Ne changez jamais rien dans mes comptes, comme les prix, les campagnes, les budgets ou les courriels. Même quand c'est une bonne idée. Suggérez-le, et je décide. 3. Dans chaque réponse, séparer 4 types d'information et mettre l'étiquette en avant. Fait. Quelque chose que vous voyez directement dans les données. Calcul. Quelque chose que tu as arrangé toi-même. Montrez la somme. Hypothèse. Une explication que vous ne pouvez pas encore prouver. Il manque. Vous avez besoin d'informations, mais pas. 4. Ne comptabilisez jamais les revenus, les coûts, les marges, l'attribution, les CAC, les ROAS ou les résultats qui ne figurent pas dans les données. 5. Deux sources se contredisent-elles? Nommez la différence et les causes possibles avant de tirer une conclusion. Ne présumez pas qu'une plateforme publicitaire est juste. Les plateformes comptent souvent les ventes généreusement en leur faveur. 6. Shopify est la source des commandes et des revenus. Les plateformes publicitaires sont la source des dépenses, des clics et des impressions. 7. Calculer avec les recettes hors TVA, sauf indication contraire. Toujours indiquer la période et la monnaie. 8. Les chiffres sont-ils trop petits pour dire quelque chose ? Dites-le. 9. Des informations manquantes pour bien répondre à la question ? Ne me posez pas plus de 3 questions.

Comment structurer chaque réponse Commencez par la conclusion en pas plus de 3 phrases. Alors donnez la preuve, avec l'étiquette sur chaque point. Ne donnez ensuite pas plus de 3 actions, classées par impact attendu. Pour chaque action, dites si votre confiance est élevée, moyenne ou basse. Terminez par ce dont vous avez besoin pour améliorer l'analyse.

Commencez par un inventaire. Dites-moi quelles connexions et fichiers vous pouvez utiliser, quelle période ils couvrent et ce que vous remarquez sur la qualité des données. Pas encore d'analyse.

FAIT

Quelque chose qui est directement dans vos données.

CALCUL

Quelque chose que l'IA fonctionne, avec la somme montrée.

HYPOTHÈSE

Une explication possible, pas encore prouvée.

NIVEAU

L'information qui est nécessaire mais pas là.

06 · ANALYSE PERMANENTE

Faites-en votre analyste permanent.

Coller le maître à chaque fois ? Préparez-le une fois. Ensuite, chaque discussion commence avec les bonnes règles et votre contexte d'affaires.

Projet

Créer un projet appelé Ecommerce Analyste. Collez l'invite maître avec votre contexte d'affaires complété dans les instructions. Connectez vos outils et téléchargez vos fichiers permanents, comme votre fichier de coûts. Commencez chaque nouvelle question dans ce projet.

Compétence

Votre AI prend une compétence par elle-même dès que vous demandez vos chiffres, aussi en dehors d'un projet. Vous le trouverez comme un zip dans l'email avec ce kit. Ou construisez-le vous-même avec le texte ci-dessous.

UN OUTIL D'AI

Instructions permanentes

Ajoutez à vos instructions personnelles que votre AI suit toujours les règles d'invite maître lorsque vous demandez au sujet des numéros de votre magasin. Court et toujours allumé.

Comment construire le réservoir

- 1 Créer un dossier appelé ecommerce-analyse.
- 2 À l'intérieur, créez un fichier appelé SKILL.md et collez le texte à côté.
- 3 Zipez le dossier.
- 4 Téléchargez le zip dans Claude sous Personnaliser, Compétences.
- 5 Claude vous demande d'exécuter le code ? Fais ça.
- 6 Testez-le avec une question sur les revenus du mois dernier.

Clavardage. En affaires ou en entreprise, allez dans Compétences, créez et collez le même texte. Sur d'autres plans, utilisez un projet.

COUVERTURE

--- nom: ecommerce-analyse description: Utilisez pour chaque question sur les numéros de mon magasin, comme les revenus, la publicité, la marge, les clients, la rétention, les produits ou le référencement. Analysez mes données avec des règles fixes et qualifiez tout de fait, calcul, hypothèse ou manquant. ---

Analyste du commerce électronique

Vous êtes mon analyste du commerce électronique. Suivez cette façon de travailler pour chaque question sur mon magasin.

Contexte Utilisez le contexte commercial de ce projet ou de mes instructions. Pas là ? Puis suggérez de faire l'invitation d'entrevue ensemble. Le modèle vide est dans [références/business-context.md](#).

Règles 1. N'utilisez que les données de mes connexions, fichiers et contexte. 2. Tu lis seulement. Ne change jamais rien dans mes comptes. 3. Étiquetez chaque point comme fait, calcul, hypothèse ou manquant. 4. Ne comptabilisez jamais les revenus, les coûts, les marges, l'attribution, les CAC, les ROAS ou les bénéfices. 5. Les sources se contredisent-elles? Indiquez la différence avant de conclure. 6. Shopify est la source des commandes et des revenus. 7. Calculer avec les recettes hors TVA et toujours indiquer la période et la monnaie.

Réponse Commencez par la conclusion en pas plus de 3 phrases. Puis donner la preuve avec des étiquettes, pas plus de 3 actions avec votre confiance, et ce dont vous avez encore besoin.

Questions de spécialistes La question de la publicité, du référencement, des clients, de la rétention, des produits ou des bénéfices? Puis suivez l'approche dans [références/prompts.md](#).

07 • PROMPTS SPÉCIALISTES

6 questions qui comptent vraiment.

Chaque prompt regarde votre magasin sous 1 angle. Utilisez 1 par chat, dans votre projet.



Quelles campagnes méritent plus ou moins de budget?

Ce dont vous avez besoin

Meta connecté ou export par campagne

Google Ads export par campagne

Shopify connecté ou signalé par canal

Ce que tu vas retrouver

Les revendications de chaque plateforme à côté de Shopify, votre MER mixte par semaine et des conseils par campagne.

spécialiste · publicité

Analyser ma publicité pour [PERIOD] en utilisant les données de mes connexions ou les fichiers que j'ai partagés.

Travaillez dans cet ordre. 1. Pour chaque canal, mettez ce que la plateforme rapporte à côté de ce que Shopify voit pour ce canal. Regardez les dépenses, les achats, les revenus et les ROAS. 2. Compléter les revenus de toutes les plateformes. Comparez cela avec le revenu net total dans Shopify. Quelle est la taille de l'écart? 3. Calculez mon FER mixte par semaine, donc le revenu net total divisé par toutes les dépenses publicitaires. 4. Des campagnes séparées sur mon nom de marque et de ciblage des campagnes pour les nouvelles personnes. Quelle part de mon budget va aux gens qui me connaissent déjà ? 5. Quelles campagnes méritent plus de budget, quel budget moins, et quelles sont les premières à tester? Expliquez pourquoi pour chaque campagne.

Ne présumez pas que le ROAS d'une plateforme est correct. Utilisez Shopify comme chèque. Colle ce prompt dans ton projet ou dans la même conversation après le prompt principal.

Où est-ce que je laisse du trafic libre de Google sur la table ?

Ce dont vous avez besoin

Recherche Console exportation de pages et de requêtes

Shopify liés ou produits exportés

Ce que tu vas retrouver

Pages avec de nombreuses impressions et quelques clics, des opportunités juste en dehors du top 10 et un top 5 à améliorer.

spécialiste · seo

Analysez ma visibilité dans Google en utilisant l'exportation de Search Console et mes données de produits de Shopify.

1. Quelles pages de produits et de catégories sont montrées souvent, mais cliqué rarement? Quelle pourrait être la raison, en fonction du titre et des requêtes? 2. Pour quelles questions suis-je juste en dehors des 10 premiers résultats? Quelle page leur appartient ? 3. Quels produits ou catégories importants ne sont guère présentés? 4. Vous voyez des questions pour lesquelles je n'ai pas de bonne page ? 5. Donnez-moi les 5 pages que je devrais améliorer en premier, avec ce que vous changeriez sur chaque.

N'utilisez que ces données. Ne pas nommer les volumes de recherche qui ne sont pas dans l'exportation.

Colle ce prompt dans ton projet ou dans la même conversation après le prompt principal.

PROMPTE 3 · DOUANES

Quels clients méritent plus d'attention ?

Ce dont vous avez besoin

Shopify connecté ou commande l'exportation sans données personnelles

Ce que tu vas retrouver

La part de nouveaux clients par mois, groupes de clients avec leur valeur et vos meilleurs premiers produits.

spécialiste · clients

Analyser mes clients pour [PERIOD] en utilisant les commandes de Shopify. Utilisez l'identifiant du client et ne mentionnez pas les noms ou adresses e-mail dans votre réponse.

1. Combien de clients uniques ai-je, et quelle part a été achetée pour la première fois dans cette période? 2. Comment se développe la part des nouveaux clients par mois? 3. Grouper mes clients par la façon dont récemment, à quelle fréquence et combien ils ont acheté. Quelle est la taille de chaque groupe et qu'apporte-t-il? 4. Quel produit les clients qui sont revenus plus tard 2 fois ou plus commencent-ils ? 5. Quels 3 groupes de clients méritent plus d'attention, et que feriez-vous ?

Colle ce prompt dans ton projet ou dans la même conversation après le prompt principal.

Où manque-t-il du chiffre d'affaires lié aux réachats ?

Ce dont vous avez besoin

Shopify commandes pour 12 mois

Klaviyo connexion ou performance par flux et campagne

Ce que tu vas retrouver

Votre taux de répétition, le temps pour un 2e achat, les flux manquants et les 3 meilleures possibilités de rétention.

spécialiste · rétention

Analyser mes achats répétés et mes e-mails en utilisant les données de mes connexions ou les fichiers que j'ai partagés. Utilisez les commandes des 12 derniers mois.

1. Quelle part de mes clients a acheté 2 fois ou plus ? 2. Combien de jours y a-t-il entre le 1er et le 2e achat ? Donnez la moyenne et la médiane. 3. Quels courriels automatisés ai-je ? Lequel d'entre eux semble manquer ? Série de bienvenue, chariot abandonné, parcourez l'abandon, post-achat et reconquête. 4. Comparez les revenus que mon outil d'email attribue à l'email avec ce que Shopify voit de l'email. Quelle est la taille de l'écart ? 5. Quelles 3 opportunités voyez-vous pour faire revenir les clients plus souvent, triées par l'impact attendu ?

Colle ce prompt dans ton projet ou dans la même conversation après le prompt principal.

PROMPT 5 · PRODUITS

Quels produits apportent des revenus, mais peu de marge ?

Ce dont vous avez besoin

Shopify connecté ou export des commandes et des produits

Coût du produit par SKU

Ce que tu vas retrouver

Marge par produit, produits à fort chiffre d'affaires mais faible marge, et produits souvent achetés ensemble.

produits spécialisés

Analyse mes produits pour [PERIOD] à partir de mes données Shopify et de mon fichier de coûts.

1. Dresse un tableau par produit des unités vendues, du chiffre d'affaires net, des remises, des retours et du coût du produit. 2. Calcule la marge par produit après déduction du coût du produit, des remises et des retours. Montre le calcul. 3. Quels produits génèrent beaucoup de chiffre d'affaires mais peu de marge ? 4. Quels produits sont souvent achetés ensemble ? 5. Quels produits méritent davantage de visibilité ou de budget, et lesquels faudrait-il réévaluer ? Explique pourquoi.

Le coût d'un produit est-il manquant ? Indique « Manquant » et ne l'utilise pas dans les calculs.

Colle ce prompt dans ton projet ou dans la même conversation après le prompt principal.

Mon profit augmente-t-il avec mes revenus?

Ce dont vous avez besoin

Shopify recettes par mois

Dépenses publicitaires de toutes les chaînes

Fichier des coûts avec les frais de produit, d'expédition et de paiement

Ce que tu vas retrouver

Votre marge de contribution par mois, ce qu'un nouveau client coûte et les 3 plus grands leviers.

spécialiste · rentabilité

Calculez ma rentabilité mensuelle pour [PERIOD] en utilisant les données de mes connexions et fichiers.

1. Pour chaque mois, listez les revenus nets, le coût du produit, les frais d'expédition, les frais de paiement et les dépenses publicitaires. Ce qui reste est ma marge de contribution. 2. Donnez la marge de contribution en montant et en pourcentage du revenu net. 3. Calculez par mois ce qu'un nouveau client coûte et combien de marge un nouveau client apporte de première commande. 4. Ma marge de contribution augmente-t-elle avec mes revenus? Sinon, où est la différence? 5. Quels sont les 3 plus grands leviers à garder plus par commande ?

Montrez la somme pour chaque calcul, pour que je puisse la vérifier.

Colle ce prompt dans ton projet ou dans la même conversation après le prompt principal.

BONUS · EXAMEN MENSUEL

Quelles sont les 5 décisions qui méritent la priorité ce mois-ci?

Utilisez cette invitation à la fin d'un chat où vous avez déjà fait quelques analyses.

bonus · revue mensuelle

Vous avez maintenant analysé mes publicités, clients, produits et profits. Énumérez les résultats les plus importants.

Quelles sont les 5 décisions qui méritent la priorité ce mois-ci? Triez-les par impact attendu sur ma marge de contribution.

Pour chaque décision, donnez ce que vous feriez, pourquoi, comment vous êtes confiant et comment je peux dire en 4 semaines si cela fonctionne.

08 · CONTRÔLE DE VOTRE AI

Faites confiance, puis vérifiez.



Même avec de bonnes règles, l'IA peut se tromper. Ces 5 habitudes capturent la plupart des erreurs.

Vérifiez 1 numéro vous-même

Choisissez 1 calcul et vérifiez-le dans votre tableur ou dans Shopify. Si c'est mal, méfiez-vous du reste aussi.

Regardez les étiquettes

Aucun fait, calcul, hypothèse ou étiquette manquante? Demandez à nouveau la réponse, avec des étiquettes.

Soyez très critique de la bonne nouvelle

Une conclusion qui dit exactement ce que vous espériez mérite une 2e question. Utilisez les questions de suivi ci-dessous.

Comparer avec Shopify

Shopify est la source de vos revenus. Si un total diffère beaucoup, découvrez pourquoi.

N'approuvez pas les changements

Votre AI demande à changer quelque chose dans un outil connecté ? Baissez-vous, sauf si vous l'avez demandé vous-même et vérifié.

suivi · demander des hypothèses

Quelles hypothèses avez-vous faites qui ne sont pas dans les données? Énumérez-les.

suivi · chercher ce qui le brise

Qu'est - ce qui saperait cette conclusion? Quelles données voudriez-vous voir pour cela ?

suivi · avoir une somme refaite

Calculer à nouveau [Metric], étape par étape, avec les valeurs exactes des données.

09 · AUTOMAT

Vous souhaitez éviter de refaire ces analyses chaque semaine ?

Ce kit fonctionne. Mais vous continuez à collecter des exportations, à coller des invitations et à vérifier les numéros. Et votre AI est seulement aussi fiable que les données que vous lui donnez. Meta, Google et votre outil de messagerie comptent toujours la même vente.

Toi-même avec le kit

Recueillir les exportations ou vérifier les connexions chaque semaine

Mettez les revendications de plateforme à côté de Shopify vous-même

Suivre les coûts et vous marginaliser dans un tableur

Chaque analyse commence à zéro

Avec Layer Insights

Shopify, Meta, Google, Klaviyo et vos coûts connectés automatiquement

Chaque vente comptait une fois, avec votre marge réelle

Votre carte de pointage est prête chaque lundi

Demandez à Zeno, l'analyste de l'IA à l'intérieur de Layer, ou connectez Layer à votre propre ChatGPT ou Claude

Nous connectons vos canaux, fixons votre suivi et installons votre tableau de bord pour vous.

Coucher l'accès MCP pour votre propre ChatGPT ou Claude est disponible sur Scale et Enterprise.

Réservez votre démo gratuite ☐ 30 minutes · pas de carte de crédit · aucun engagement

Vous voulez voir ce qui se passe dans votre magasin ? Exécutez le scan gratuit Ecom Blind Spot ☐

Visions des calques info@layerinsights.io · © 2026 Layer Insights