

Google analytics : améliorez votre site et rentabilisez vos actions

INFORMATIONS GÉNÉRALES

Type de formation : Formation continue

Éligible au CPF : Non

Domaine : Développement

Action collective : Non

Filière : Transformation digitale

Rubrique : Digital Marketing

Code de formation : W-ANA

WEB ANALYTICS, WEB ANALYTIQUE, GOOGLE ANALYTICS, XITI, OMNITURE, WEBTRENDS, ACQUISITION DE TRAFIC, COREMETRICS, XITI, PERFORMANCE WEB

PRÉSENTATION

Objectifs & compétences

Exploiter Google analytics pour améliorer les performances de son site web Définir les Indicateurs Clés de Performance (KPI) Piloter un plan de marquage pour améliorer l'efficacité et la rentabilité de votre site Web et de vos campagnes e-marketing Interpréter les statistiques pour mettre en œuvre des actions d'amélioration

Public visé

Toute personne en charge d'un site ou d'une activité sur Internet
Responsable marketing digital, E-marketeur/Chargé de référencement, d'acquisition ou de fidélisation
Responsable e-business Responsable marketing et communication
Chef de projet Internet

Pré-requis

Maîtriser la micro-informatique et la navigation sur Internet

€ Tarifs

Prix public : 1485 €

Tarif & financement :

Nous vous accompagnons pour trouver la meilleure solution de financement parmi les suivantes :

- **Le plan de développement des compétences** de votre entreprise : rapprochez-vous de votre service RH.
- **Le dispositif FNE-Formation.**
- **L'OPCO** (opérateurs de compétences) de votre entreprise.
- **Pôle Emploi** sous réserve de l'acceptation de votre dossier par votre conseiller Pôle Emploi.
- **CPF -MonCompteFormation**

Contactez nous pour plus d'information

PROGRAMME

COMPRENDRE ET IDENTIFIER LES INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE (KPI)

Définir les objectifs du site : trafic, notoriété, vente, leads, contacts, monétisation...
Les indicateurs de performance : campagnes marketing digital ; contenus du site ; ergonomie du site ; contrition ; attrition ; conversions et e-commerce
Calculer son Retour sur Investissement (ROI)
Hiérarchiser et interpréter les KPI

CONNAÎTRE LES DIFFÉRENTES SOLUTIONS DE MESURE D'AUDIENCE

Les technologies de mesure d'audience : logs, tags, panels Les solutions : Google Analytics, Xiti/AT Internet, Weborama, Ominture...
Les solutions complémentaires : analyse concurrentielle, sondages en ligne, A/B Testing...

PILOTER LE DÉPLOIEMENT DE L'OUTIL GOOGLE ANALYTICS

Marquage des contenus, des actions, des conversions
Marquage du e-commerce et des campagnes publicitaires
Marquage des réseaux sociaux
Marquage des sites et applications mobiles (iPad, iPhone, Android...)

MAÎTRISER LES FONCTIONNALITÉS AVANCÉES

Les bonnes pratiques pour un plan de taggage performant
Les segments personnalisés, les alertes, les vues et filtres Les variables et valeurs personnalisées
Google Tag Manager et les DataLayers

METTRE EN PLACE UN REPORTING

Les différents types de reporting : rapports automatiques, tableaux de bord sur mesure

📍 Lieux & Horaires

Durée : 14 heures

Délai d'accès :

Jusqu'à 8 jours avant le début de la formation

📅 Prochaines sessions

Consultez-nous pour les prochaines sessions.

Format, fréquence d'envoi, période d'analyse et de comparaison des reportings
Personnaliser les reportings (PDG, directeur marketing...)

INTERPRÉTER LES STATISTIQUES ET METTRE EN PLACE DES ACTIONS CORRECTIVES

Optimiser ses campagnes e-marketing : référencement naturel (SEO), liens sponsorisés (SEA), emailing, bannières...

Améliorer ses contenus et l'ergonomie

Augmenter le taux de conversion et le funnel

MODALITÉS

Modalités

Modalités : en présentiel, distanciel ou mixte – Horaires de 9H à 12H30 et de 14H à 17H30 soit 7H – Intra et Inter entreprise

Pédagogie : essentiellement participative et ludique, centrée sur l'expérience, l'immersion et la mise en pratique. Alternance d'apports théoriques et d'outils pratiques.

Ressources techniques et pédagogiques : Support de formation au format PDF ou PPT Ordinateur, vidéoprojecteur, Tableau blanc, Visioconférence : Cisco Webex / Teams / Zoom

Pendant la formation : mises en situation, autodiagnostic, travail individuel ou en sous-groupe sur des cas réels

Méthode

Fin de formation : entretien individuel

Satisfaction des participants : questionnaire de satisfaction réalisé en fin de formation

Assiduité : certificat de réalisation (validation des acquis)

Les plus de la formation

La formation « web analytics : mesurer et piloter la rentabilité de votre site web » vous permettra de connaître toutes les étapes et la méthodologie pour sélectionner vos outils d'analyse et installer votre entreprise dans un cycle d'amélioration continue du ROI. Cette formation, destinée aux opérationnels qui veulent mesurer et optimiser la performance de leurs sites, est un excellent complément au module « e-commerce : mieux vendre en ligne ». De plus, elle peut être réalisée sur mesure en fonction de votre problématique d'entreprise et votre outil de web analytics (Google Analytics, AT Internet, Omniture, Webtrends, Coremetrics, Nedstat) – pour les tarifs, nous consulter.