



Web Analytics

Maîtriser Google Analytics

APPRENDRE À EXPLOITER LA SOLUTION GOOGLE ANALYTICS, ANALYSER LES RÉSULTATS, IDENTIFIER L'AUDIENCE ET LES SOURCES DE TRAFIC POUR OPTIMISER LE TAUX DE CONVERSION.

CONTENU DE LA FORMATION

A quoi sert le web analytics

- A quoi sert un outil de Web Analytics ?
- Les principales solutions du marché
- Pourquoi choisir Google Analytics ?

Maîtriser les fonctions de base de Google Analytics

- Les mesures du web, les visites, les visiteurs et les pages
- Google Analytics, sa logique de fonctionnement
- Installer et paramétrer Google Analytics
- Définir vos objectifs et les indicateurs d'analyse qui y sont liés
- Analyse des mots-clés et expressions performantes
- Positionner les marqueurs Analytics sur votre site
- Mesurer l'efficacité de vos campagnes

Découvrir les fonctions avancées de Google Analytics

- Comprendre les notions de profils et de filtres pour vos données
- Créer vos tableaux de bord et vos rapports personnalisés
- Planifier des alertes automatiques
- Comprendre et utiliser les tunnels de conversion
- Définir et mettre en oeuvre un entonnoir de conversion
- Comprendre les entonnoirs multicanaux
- Comment suivre une campagne multi-canal (AdWords, opérations e-mailing, campagnes display, print, réseaux sociaux, etc.)

Les fonctions e-commerce de Google Analytics

- Les grands principes de la conversion web
- Savoir d'où vient votre trafic (référencement naturel, payant, publicité, annuaires, blogs, réseaux sociaux, affiliation...)
- Quelles données collecter via Google Analytics ?
- Comment optimiser la performance des campagnes marketing ?
- Comment optimiser le référencement de votre site ?
- Définir les mots clés à fort potentiel de conversion
- Installer le script e-commerce sur votre site marchand
- L'entonnoir de conversion et le tunnel de commande
- Savoir les analyser l'entonnoir de conversion

Exercices pratiques et études de cas

DURÉE : 1 JOURNÉE (7H)

COÛT : 640 € HT PAR PERSONNE

FINANCEMENT : DIF, BUDGET FORMATION

PUBLIC CONCERNÉ

Cette formation s'adresse aux webmasters, chefs de projet web ou aux responsables de pôles digitaux pour les aider à tirer le meilleur profit de la solution Google Analytics. Au delà des fonctionnalités propres à l'outil de Google, il s'agit de comprendre plus globalement les apports du « web analytics » qui permet d'apprécier l'audience d'un site en vue de l'optimiser.

PRÉ-REQUIS

La connaissance et la pratique du web sont requises, notamment en ce qui concerne sa culture et ses usages (concepts, navigation, utilisation des moteurs de recherche, etc.). La connaissance des concepts de base du marketing est un plus pour appréhender les spécificités de l'univers web/digital.

OBJECTIFS

Comprendre l'apport du web analytics et la nécessité de mesurer/analyser l'audience d'un site. Apprendre à interpréter les statistiques d'un site à partir d'objectifs de conversion. Créer des tableaux de bords décisionnels personnalisés. Décrypter et exploiter les rapports détaillés de Google Analytics. Intégrer des marqueurs e-commerce. Relier Google Analytics avec les campagnes de liens promotionnels et les outils pour webmasters.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

La formation se fera avec un PC et un navigateur web pour chaque stagiaire et un vidéoprojecteur pour les formations et démonstrations de groupe. Le formateur pratique le e-marketing depuis plusieurs années comme professionnel dans une agence web. La formation sera réalisée en Français.



CETTE FORMATION VOUS INTÉRESSE ?
N'HÉSITEZ PAS, CONSULTEZ-NOUS

+750 PROJETS LIVRÉS
+150 CLIENTS ACTIFS
+99% DE CLIENTS FIDÉLISÉS

NOS RÉFÉRENCES

