

GERER ET ANALYSER SON TRAFIC AVEC GOOGLE ANALYTICS

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de cette formation, l'apprenant sera capable de :

- Analyser son audience
- Suivre ses campagnes avec le marquage des URLs
- Mettre en place des rapports
- Analyser la performance de son site Internet

OBJECTIFS OPERATIONNELS ET CONTENU DE LA FORMATION

- 1. Web Analytics : Pourquoi mesurer la performance de son site ?**
 - De quelle manière mesurer la performance ?
 - Les outils site-centric et user-centric
 - La définition de ses objectifs et les bons KPIs
 - Les prérogatives pour réaliser une mesure d'audience
- 2. Comment fonctionne Google Analytics ?**
 - Les scripts de suivi
 - Les tags et cookies
 - Les problématiques liées au RGPD
- 3. Présentation détaillée de Google Analytics**
 - La structure granulaire des comptes, propriétés et vues
 - Les droits d'accès utilisateurs et permissions
 - L'interfaçage avec les autres produits Google dont AdWords et Search Console
 - Les périodes d'analyse
 - Les rapports en temps réel
 - La hiérarchisation de l'information sur l'interface
 - L'exploration des indicateurs classiques
- 4. La mesure des actions par le marquage**
 - Les différents évènements et types de marquages
 - La corrélation entre KPIs et objectifs
 - Le paramétrage d'objectifs
 - Comprendre le tunnel de conversion
 - Le suivi des activités pour l'e-commerce
 - Le suivi des campagnes webmarketing (emailing, bannières, réseaux sociaux...)
- 5. La personnalisation dans Google Analytics**
 - Le tableau de bord et les widgets
 - La segmentation
 - Les segmentations personnalisées
 - Le tri et le filtrage des données
 - Les variables croisées
 - L'export des données
 - La mise en place des alertes automatiques

PRÉ-REQUIS

Aucun

DUREE

1 jour soit 7 heures de formation

DATES

Formation organisée à la demande

DELAI

15 jours

TARIF

800 € HT

Pour un groupe de 1 à 4 personnes