

Google analytics : améliorez votre site et rentabilisez vos actions



MR-15 2 Jours (14 Heures)

Description

Cette formation à Google analytics permet de comprendre et d'interpréter les résultats de la mesure d'audience pour renforcer l'efficacité de vos campagnes on-line. Savoir comment les internautes arrivent sur votre site, tracer leur parcours, voir ce qui les intéresse... pour améliorer le trafic et rentabiliser votre site. Voilà l'enjeu du webanalytics : qualifier vos visiteurs et transformer vos prospects en clients. Cette formation sera également une aide utile en vue de passer la certification Google analytics.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Responsable marketing et communication. Toute personne en charge d'un site ou d'une activité sur le web.

Prérequis

- Connaissance des bases du web.

Les objectifs de la formation

- Exploiter Google analytics pour améliorer les performances de son site Web.
- Définir les Indicateurs Clés de Performance (KPI).

Programme de la formation

En amont du présentiel

- Un autodiagnostic.

Les Indicateurs Clés de Performance (KPI)

- Définir les objectifs : trafic, notoriété, leads, etc.
- Les indicateurs de performance : contenus, ergonomie, contrition...
- Calcul du Retour sur Investissement (ROI).

Solutions de mesure d'audience

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

Déploiement de l'outil Google

- Analytics Marquage des contenus, des actions, des conversions.
- Marquage des campagnes publicitaires.
- Marquage des réseaux sociaux.
- Marquage des sites et applications mobiles.

Fonctionnalités avancées

- Plan de taggage.
- Segments personnalisés ; alertes ; vues et filtres.
- Variables et valeurs personnalisées ; DataLayers.

Mise en place du reporting

- Rapports automatiques, tableaux de bord.
- Format, fréquence d'envoi, période d'analyse.
- Personnaliser les reportings.

Statistiques et actions correctives

- Optimiser ses campagnes : SEO, SEA, emailing, bannières,...
- Augmenter le taux de conversion et le funnel.

Après le présentiel, mise en œuvre en situation de travail

- Un programme de renforcement "Un défi par semaine pendant 7 semaines".