

Maitriser Google analytics

FORMATIONS DE COURTE DURÉE

THÈME(S): MARKETING ANALYTICS

Durée: 2 jours

Formateur: Christophe Hendrick

L'objectif de cette formation est de permettre aux responsables web de maitriser Google Analytics afin de mieux comprendre le comportement des visiteurs de leur site. Quelles sont les caractéristiques de ces visiteurs, d'où viennent-ils, que cherchent-ils sont autant de questions auxquelles nous répondrons durant cette formation.

Google Analytics permet d'identifier les forces et faiblesses de votre site et chiffres à l'appui, de mieux orienter vos choix. Google Analytics est donc l'outil idéal pour optimiser la performance de votre présence digitale.

Durant cette formation, nous identifierons comment configurer Google Analytics pour capter des informations de qualité mais aussi comment cet outil peut vous aider à trouver les points d'action prioritaires. De l'acquisition de trafic à la conversion sur le site, nous passerons en revue toutes les mesures possibles ainsi que les fonctionnalités avancées (généralement inconnues) et particulièrement utiles pour les webmasters et les responsables marketing.

Une formation incontournable pour tout ceux qui ont compris que la mesure est le passage obligé pour une présence digitale performante.



PUBLIC

Responsables de projet web, webmasters, responsables marketing.



CONTENU DE LA FORMATION

Objectifs

- Découvrir des fondamentaux de l'analyse de visites.
- Identifier des indicateurs de performance indispensables pour mesurer le R.O.I. d'un site.
- Comprendre comment optimiser l'acquisition, la conversion et la fidélisation de ses visiteurs grâce aux statistiques de visites.
- Découvrir les possibilités de mesure offertes par Google Analytics.
- Apprendre à utiliser des indicateurs fournis pour optimiser la performance de votre site.

Points forts de la formation

- Orientation pratique de l'utilisation de Google Analytics, approche par l'utilisation.
- Formateur ayant travaillé pour les plus grands comptes

Programme

Introduction

- Que sont les Web analytics
- Terminologie
- Les indicateurs de performance

Définir des indicateurs de performance (K.P.I)

- Définition d'objectifs
- Indicateurs nécessaires à l'optimisation ?
- Créer un ensemble équilibré d'indicateurs (tableau de bord)
- Quels outils de mesure pour quels indicateurs

Bien démarrer avec Google Analytics

- Comment fonctionne Google Analytics ?
- Gérer les utilisateurs, comptes et profils
- Prendre ses repères dans l'outil (la structure et les interfaces)

Comment bien mettre en place Google Analytics

- Bonnes pratiques de déploiement et de configuration de l'outil

Analyses des sources de trafic

- Quelles sont les sources de trafic visibles
- Comment évaluer la qualité des sources de trafic
- Comment évaluer la qualité de sa visibilité dans les moteurs de recherche
- Comment comparer des campagnes (e-mail, banners,...)
- Mesurer la performance des campagnes AdWords

Évaluer la qualité de vos contenus

- Quelles sont les pages les plus performantes ?
- Vos pages d'atterrissages sont-elles de qualité ?
- Comment les utilisateurs recherchent-ils sur votre site ?
- Comment mesurer les téléchargements et autres fils RSS ?

Mieux connaître vos visiteurs

- D'où viennent-ils ?
- Quand se connectent-ils ?
- Quelle langue utilisent-ils ?
- Utilisent-ils des mobiles ?

E-commerce

- Mesurer les conversions e-commerce
- Définir des objectifs de conversion
- Définir un entonnoir de conversion
- Évaluer la rentabilité des actions de promotion

Segmenter les audiences

- Comment découper votre audience pour des données plus lisibles ?
- Segments d'audience prédéfinis dans Google Analytics
- Exemples d'utilisation des segments d'audience
- Comment créer ses propres segments

Trucs et astuces

- Construire son propre tableau de bord
- Utilisation des fonctions d'alerte
- Automatisation des reportings pour ne rien oublier
- Customisation des tableaux de bord pour gagner du temps
- Partage et annotations

Les interactions avec d'autres outils

- Google Tag Manager: Ce nouvel outil engendre un changement majeur dans l'utilisation des Digital Analytics. Quels sont les enjeux de ce nouvel outil ? Quand l'utiliser et pourquoi ? Quels sont les avantages et impacts sur le ROI ? Quelles sont les meilleures pratiques d'implémentation ?
- Version E-commerce améliorée. Nous passerons en revue les nouvelles fonctionnalités de tracking e-commerce avancé qui constituent une nouveauté incontournable pour tout e-commerçant.
- Nous aborderons les interactions entre Google Analytics et d'autres outils pour offrir une vue plus étendue des Digital Analytics (Liaison CRM...)
- Les nouveaux rapports d'audiences offrant une meilleure compréhension des utilisateurs seront passés en revue ex: les rapports de cohortes et d'utilisateurs actifs.



Cette formation est dédiée à des travailleurs, indépendants et salariés, du privé, du public et du non-marchand, ainsi qu'aux enseignants du secondaire et du supérieur et aux travailleurs sous un statut assimilable: outplacement, PFI,...

Technofutur TIC se réserve le droit de restreindre, le cas échéant, l'accès à des candidats qui ne répondent pas à ces critères ou ne remplissent pas les prérequis.

Cette formation est agréée Chèques formation pour 14 heures.



FORMATEUR



Christophe Hendrick est Senior Digital Strategist et Web-analytics expert. Actif depuis plus de 10 années dans le marketing Internet, il a travaillé durant plusieurs années pour des grands comptes tels que Delhaize, Brussels Airlines, GSK, notamment au sein d'agences digitales dont Emakina. Ses compétences permettent ainsi de bénéficier d'un "double" regard: marketing (stratège) et chiffré (web-analytics) sur une problématique donnée.

Cofondateur de Yieldow.com, une agence digitale 100% orientée R.O.I. et de Flying Fish ensuite, il travaille aujourd'hui pour des marques comme Eurocenter, Martin's Hotels, CIM, Aujourd'hui.com et bien d'autres.



PRIX

Prix plein : 500 €

[En savoir plus sur nos tarifs](#)

Formation agréée Chèques-Formation



INFORMATIONS

Secrétariat - Pôle Entreprises
Tél. 071 254 942
entreprises@technofuturtic.be



DATE

Liste d'attente*

* Aucune session n'est programmée pour cette formation ? Les dates ne conviennent pas ? Inscrivez-vous à la LISTE D'ATTENTE. C'est une simple manifestation d'intérêt qui nous permettra de vous recontacter quand la formation sera organisée à nouveau.

DEMANDE D'INSCRIPTION