

GOOGLE ANALYTICS : Améliorez votre site et rentabilisez vos actions



2 jours - 14 heures

Code formation : Log-051

www.adhara.fr

Objectifs

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 oeuvre des actions d'amélioration.

Participants

Webmaster. E-marketeur/Chargé de référencement. Responsable e-business. Responsable marketing et communication. Chef de projet Internet.

Prérequis

Maîtriser la micro-informatique et la navigation sur Internet.

Pédagogie

La pédagogie est basée sur le principe de la dynamique de groupe avec alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion collectives et individuelles, d'exercices, d'études de cas et de mises en situations observées. Formation / Action participative et interactive : les participants sont acteurs de leur formation notamment lors des mises en situation car ils s'appuient sur leurs connaissances, les expériences et mettront en oeuvre les nouveaux outils présentés au cours de la session.

Profil de l'intervenant

Consultant-formateur expert sur cette thématique. Suivi des compétences techniques et pédagogiques assurée par nos services.

Moyens techniques

Encadrement complet des stagiaires durant la formation. Espace d'accueil, configuration technique des salles et matériel pédagogique dédié pour les formations en centre. Remise d'une documentation pédagogique papier ou numérique à échéance de la formation.

Méthodes d'évaluation des acquis

Exercices individuels et collectifs durant la formation. Evaluation des acquis et attestation de fin de stage adressés avec la facture.

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 online ; contenus du site ; ergonomie du site ;

Conversions et du 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.

GOOGLE ANALYTICS : Améliorez votre site et rentabilisez vos actions



2 jours - 14 heures

Code formation : Log-051

www.adhara.fr

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 segments personnalisés.

Les alertes.

Les profils et filtres.

Les variables et valeurs.

Mettre en place un reporting

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

Format, fréquence d'envoi, période d'analyse et de comparaison des reportings.

Personnaliser les reportings en fonction des profils d'utilisation (PDG, directeur marketing...). Mettre en forme les données.

Interpréter les statistiques et mettre en place des actions correctives

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

Améliorer ses contenus et l'ergonomie.

Augmenter le taux de conversion.

Adopter le processus d'amélioration continue.