

Formation Google Analytics

Description de la formation Google Analytics

Google Analytics est un outil de mesure d'audience puissant et gratuit, ce qui en fait le leader sur son marché. Les possibilités offertes par Analytics sont nombreuses mais il est bien complexe de le paramétrer correctement et d'exploiter toute la richesse de l'outil. Cette formation vise à vous aider à le maîtriser.

Objectifs

Cette formation Performance Web vous permettra de :

- Comprendre les fondamentaux de Google Analytics
- Découverte des fonctionnalités de Google Analytics
- Paramétrer un compte Google Analytics
- Avoir une vision globale des outils de mesure sur Internet
- Analyser le référencement et autres actions d'acquisition de trafic
- Mettre en place des rapports d'analyse
- Utiliser les outils de mesure d'audience et calculer son ROI

À qui s'adresse cette formation ?

Public :

Cette formation Performance Web s'adresse à des responsables marketing, webmasters, porteurs de projets Web, et plus largement toute personne susceptible d'intervenir sur la mise en place et l'optimisation d'une stratégie Web.

Prérequis :

Connaissance générale des stratégies Internet, des outils marketing Web et du référencement naturel. Bonne compréhension de l'architecture d'un site.

Contenu du cours Google Analytics

Introduction au web analytics

Comprendre la démarche de webanalytique
Limites et fiabilité des outils de mesure d'audience
Google Analytics et ses concurrents

Fonctionnement et paramétrage de Google Analytics

Comprendre le fonctionnement technologique de l'outil
Maîtriser les principales statistiques
Appréhender l'interface de Google Analytics
Structure et paramétrage d'un compte Analytics

Objectifs et conversions

Choix des bons indicateurs-clés de performances (KPI)
Définition des objectifs
Tracking des interactions avec votre site grâce aux événements
Introduction au gestionnaire de tags Google Tag Manager
Suivi du commerce électronique pour les sites marchands

Les principaux rapports à maîtriser

Comprendre les profils de vos visiteurs avec les rapports *Audience*
Identification des sources de trafic avec les rapports *Acquisition*
Analyse des comportements de vos visiteurs à l'aide des rapports *Comportement*
Suivre les performances de votre site avec les rapports *Conversion*

Attribution et outils d'analyse avancée

Analyse d'audiences spécifiques à l'aide des segments

Comprendre les différents modèles d'attribution des conversions

Mener une analyse multicanale pour identifier l'impact des différentes actions d'acquisition de trafic

Identification de vos actions d'acquisition de trafic

Définir une méthode de marquage pour identifier l'ensemble des sources de trafic

Savoir analyser les retours des actions marketing et webmarketing

Création de rapports de suivi des performances

Élaboration de rapports personnalisés pour dépasser les rapports standards

Création de tableaux de bord facilitant la supervision de votre site web

Introduction à un puissant outil de reporting : Google Data Studio