HM FORMATION

Programme de formation

Google Analytics : piloter les performances d'un site Web

Domaine : TIC / WEB

Durée : 7h

Public : Webmaster, Service informatique, Responsable marketing, Responsable commercial, Responsable webmarketing, chef d'entreprise TPE/PME ou toute personne amener à exploiter et interpréter des données issues de Google Analytics.

Nombre de personnes min et max : 1 à 9

Objectifs :

- Piloter l'évolution de son site Web en analysant le trafic visiteur
- Connaître le potentiel de Google Analytics
- Savoir installer et paramétrer un compte Analytics
- Savoir analyser son trafic ;
- Exploiter les résultats pour prendre les décisions stratégiques qui s'imposent.

Pré-requis :

- Maitriser la navigation web
- Une très bonne connexion internet est requise pour le format distanciel synchrone

Modalités techniques, pédagogique et d'encadrement :

En format présentiel :
Salle équipée avec video-projecteur (ou TV) et paperboard. Connexion WIFI.
Ordinateur portable pour chaque participant. Le stagiaire pourra amener le sien si il le souhaite.
En cas de formation intra-entreprise, les moyens techniques décrits ci-dessus doivent représenter une référence idéale.

En format distanciel : synchrone avec le formateur via Zoom ou outil équivalent (télé-présentiel).

Echanges et retours d'expériences stagiaire(s) / formateur
Alternance de théorie et de cas pratiques sur sites internet clients ou exemples/modèles.
Cas pratiques sur site client avec analyses des résultats issus de Google Analytics.
Supports de cours remis au participant.

Modalités d'évaluation des connaissances ou d'appréciation des résultats de l'action de formation :
Tests sous forme de QCM ou QUIZZ complété par une auto-évaluation des acquis de formation.

Modalité d'évaluation de l'appréciation des participants : Fiche d'évaluation à chaud à l'issue de la formation. Et à froid plusieurs mois après la formation pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle.

Modalité de suivi de l'action de formation : Feuille d'émargement co-signée par demi-journée ou séance de formation.

Détail du programme :

Jour 1 - Matin

Qu'est-ce que la Web Analyse ?

- Définition et intérêt, Le processus de webanalyse
- Optimisations on-site versus off-site
- Les différentes solutions d'analyse
- Le fonctionnement de Google Analytics et la précision des données

Le Vocabulaire du Web Analytics

- Taux de rebond, durée de la session, taux de conversion, les différentes sources de trafic, etc

Les indicateurs clés de la performance

- Quels sont-ils ? Comment les définir ?
- Mettre en place un tableau de bord de suivi

Création de compte et marquage

- Création de compte, de propriété, de vue
- Découverte des principaux marqueurs Google Analytics : marqueur de suivi, trackevent, trackpageview, marqueur e-commerce
- Note sur les autres marqueurs

Configuration de Google Analytics

- Configuration d'un compte, d'une propriété, d'une vue
- Gestion des utilisateurs, Création d'objectifs, Mise en place de filtres

Prise en main de l'interface

- Introduction aux expressions régulières (ou RegEx)
- Comprendre les différents éléments de l'interface

L'analyse en temps réel

Jour 1 – Après-midi

Analyser votre audience

- Origine géographique, type d'appareils …

Connaître vos sources d'acquisition de trafic

- Optimisation des différentes sources, analyse des campagnes de liens sponsorisés

Analyser le comportement de vos internautes

- Analyse des pages du site, recherche sur site, analyse des évènements sur le site

Suivre les conversions sur votre site

- Statistiques par objectifs, commerce électronique, entonnoirs multicanaux

Pour aller plus loin…

- Rapports personnalisés, raccourcis, création d'alertes

Quiz type certification Google Analytics

Sanction de la formation : Attestation de formation (L.6353-1 du Code du travail)