

# Google analytics : améliorez votre site et rentabilisez vos actions

## INFORMATIONS GÉNÉRALES

**Type de formation :** Formation continue

**Éligible au CPF :** Non

**Domaine :** Développement

**Action collective :** Non

**Filière :** Transformation digitale

**Rubrique :** Digital Marketing

**Code de formation :** W-ANA

WEB ANALYTICS, WEB ANALYTIQUE, GOOGLE ANALYTICS, XITI, OMNITURE, WEBTRENDS, ACQUISITION DE TRAFIC, COREMETRICS, XITI, PERFORMANCE WEB

## PRÉSENTATION

### Objectifs & compétences

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 œuvre des actions d'amélioration

### Public visé

Toute personne en charge d'un site ou d'une activité sur Internet Responsable marketing digital, E-marketeur/Chargé de référencement, d'acquisition ou de fidélisation

Responsable e-business Responsable marketing et communication Chef de projet Internet

### € Tarifs

**Prix public :** 1485 €

### Tarif & financement :

Nous vous accompagnons pour trouver la meilleure solution de financement parmi les suivantes :

**Le plan de développement des compétences de votre entreprise :** rapprochez-vous de votre service RH.

**Le dispositif FNE-Formation.**

**L'OPCO** (opérateurs de compétences) de votre entreprise.

**France Travail:** sous réserve de l'acceptation de votre dossier par votre conseiller Pôle Emploi.

**CPF -MonCompteFormation**

Contactez nous pour plus d'information : contact@aston-institut.com

### Pré-requis

Maîtriser la micro-informatique et la navigation sur Internet

### 📍 Lieux & Horaires

**Durée :** 14 heures

**Délai d'accès :** Jusqu'à 8 jours avant le début de la formation, sous condition d'un dossier d'inscription complet

## 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 digital ; contenus du site ; ergonomie du site ; contrition ; attrition ; conversions et e-commerce

Calculer son Retour sur Investissement (ROI)

Hiérarchiser et interpréter les KPI

### CALENDAR Prochaines sessions

Consultez-nous pour les prochaines sessions.

### 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, Omniture...

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

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 bonnes pratiques pour un plan de taggage performant

Les segments personnalisés, les alertes, les vues et filtres Les variables et valeurs personnalisées

Google Tag Manager et les DataLayers

### 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 (PDG, directeur marketing...)

**INTERPRÉTER LES STATISTIQUES ET METTRE EN PLACE DES ACTIONS CORRECTIVES**

Optimiser ses campagnes e-marketing : référencement naturel (SEO), liens sponsorisés (SEA), emailing, bannières...  
Améliorer ses contenus et l'ergonomie  
Augmenter le taux de conversion et le funnel

**MODALITÉS****Modalités**

**Modalités :** en présentiel, distanciel ou mixte . Toutes les formations sont en présentiel par défaut mais les salles sont équipées pour faire de l'hybride. – Horaires de 9H à 12H30 et de 14H à 17H30 soit 7H – Intra et Inter entreprise.

**Pédagogie :** essentiellement participative et ludique, centrée sur l'expérience, l'immersion et la mise en pratique. Alternance d'apports théoriques et d'outils pratiques.

**Ressources techniques et pédagogiques :** Support de formation au format PDF ou PPT Ordinateur, vidéoprojecteur, Tableau blanc, Visioconférence : Cisco Webex / Teams / Zoom.

**Pendant la formation :** mises en situation, autodiagnostic, travail individuel ou en sous-groupe sur des cas réels.

**Méthode**

**Fin de formation :** entretien individuel.

**Satisfaction des participants :** questionnaire de satisfaction réalisé en fin de formation.

**Assiduité :** certificat de réalisation.

**Validations des acquis :** grille d'évaluation des acquis établie par le formateur en fin de formation.