Google analytics : améliorez votre site et rentabilisez vos actions

INFORMATIONS GÉNÉRALES

Type de formation : Formation continue

Domaine : Développement

Filière : Transformation digitale

Rubrique : Digital Marketing

Éligible au CPF : Non

Action collective : Non

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

Pré-requis

Maîtriser la micro-informatique et la navigation sur Internet

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

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
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

Code de formation : W-ANA

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

€ 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

Lieux & Horaires

Durée : 14 heures

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

Prochaines sessions

Consultez-nous pour les prochaines sessions.

Informations non contractuelles - PDF généré le 23/11/2026

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, autodiagnostics, 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'evalution des acquis établie par le formateur en fin de formation.

Informations non contractuelles - PDF généré le 23/11/2026