

GOOGLE ANALYTICS : OPTIMISER LE TRAFIC DE SON SITE

OBJECTIF : <ul style="list-style-type: none">› Exploiter Google analytics pour améliorer les performances de son site Web.› Définir les Indicateurs Clés de Performance (KPI).› Interpréter les statistiques pour mettre en œuvre des actions d'amélioration.	DURÉE : 14 heures
	PUBLIC : Salarié(e), Entrepreneur(se)
	PRÉ-REQUIS : <ul style="list-style-type: none">› Posséder un site web› Notions de Marketing
	VALIDATION : Attestation de formation Possibilité de passer la certification : <ul style="list-style-type: none">› GOOGLE ANALYTICS

CONTENU DE LA FORMATION

INTRODUCTION

- La difficulté de la mesure de la performance

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.

INSTALLER GOOGLE ANALYTICS

- Création de compte Google Analytics
- Vérification du fonctionnement
- Autorisations des utilisateurs

COMPRENDRE LES STATISTIQUES DE BASE

- Première lecture des statistiques Google Analytics
- Nombre de visiteurs
- Nouveaux utilisateurs / Sessions
- Nombres de pages vues
- Taux de rebond
- Sources de trafic

ANALYSER LES STATISTIQUES DES MOTEURS DE RECHERCHE

- Trafic des moteurs de recherche
- Mots clefs
- Trafic SEM contre trafic naturel

UTILISER LES STATISTIQUES AVANCÉES

- Choisir une période d'analyse
- Utilisation des filtres et des filtres avancés
- Les segments avancés
- Géolocalisation
- Période d'analyse
- Comparaison de périodes

LES CONVERSIONS

- Mesurer les conversions
- Création d'objectifs
- Entonnoir de conversion
- Entonnoir multicanaux
- Attribution
- Evènements

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, liens sponsorisés, emailing, bannières...).
- Améliorer ses contenus et l'ergonomie. Augmenter le taux de conversion..

APPLICATION

Exercices pratiques

PLANNING : <ul style="list-style-type: none">› Du 24.02 au 25.02.2020› Du 27.04 au 28.04.2020› Du 29.06 au 30.06.2020	<ul style="list-style-type: none">› Du 24.08 au 25.08.2020› Du 09.11 au 10.11.2020	TARIFS <ul style="list-style-type: none">› Autofinancement : adhésion* + 105€› Prise en charge par un organisme (AGEFIPH, entreprise ...) et / ou CPF : 210€› Formation en individuel : 420 €
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

* Adhésion annuelle : Acquittable une seule fois, quel que soit le nombre de formations suivies.