

# GOOGLE ANALYTICS : ANALYSER LE TRAFIC D'UN SITE



PRESENTIEL DISTANCIEL

## OBJECTIFS

- > 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

## PUBLICS

Salarié(e), Entrepreneur(se)

## PRÉ-REQUIS

- > Posséder un site web
- > Notions de Marketing

## ÉVALUATION

Formation basée sur l'apprentissage pratique  
Évaluation tout au long de la formation

## MODALITÉS D'ACCÈS À LA FORMATION

Entretien préalable + devis

## VALIDATION

- > Attestation de formation
- > Possibilité de passer la certification : AUSSIES GOOGLE ANALYTICS

## CONTENU DE LA FORMATION

### PLANNING :

#### Formation en groupe :

- > Du 13.01 au 14.01.2022
- > Du 28.03 au 29.03.2022
- > Du 23.05 au 24.05.2022
- > Du 01.08 au 02.08.2022
- > Du 17.11 au 18.11.2022

**Formation individuel et / ou à distance :** Planning personnalisé sur devis

### TARIFS :

**Autofinancement :**  
adhésion\* + 105 €

**Prise en charge par un organisme** (AGEFIPH, CPF, Pôle emploi, entreprise, OPCO...) :  
210 €

**Formation en individuel:**  
420 €

\* Adhésion annuelle, acquittable une seule fois quelque soit le nombre de formations suivies

### INTRODUCTION

- La difficulté de mesurer 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 clés
- 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
- Événements

### 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

Contenu indicatif, adaptable en fonction de vos besoins