



Google Analytics Mesurez et optimisez votre ROI

Durée de la formation :
2 jours (14h)

- Horaires de formation**
08h45 - 12h30 / 13h45 - 17h00
- Pré-requis**
Connaissance de bases de l'informatique.
- Public visé**
Tout public
- Objectifs et compétences visées**
Configurer et exploiter Google Analytics. Créer des rapports personnalisés. Interpréter les statistiques pour mettre en œuvre des actions stratégiques.
- Organisation**
Formation animée en présentiel. Groupe de 3 à 8 personnes. Emargement signée par ½ journée par les stagiaires et le formateur. A l'issue du stage les apprenants renseignent un questionnaire d'évaluation à chaud qui est ensuite analysé par nos équipes.
- Le formateur**
La prestation est animée par un consultant formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par Atout Majeur.
- Moyens techniques et pédagogiques**
Alternance entre théorie et pratique. Mise à disposition d'une salle équipée. Support de cours.
- Validation des acquis et attestation**
Les exercices réalisés permettent de mesurer le degré de compréhension et d'acquisition des compétences visées. Une attestation de formation comportant les résultats de l'évaluation des acquis est délivrée en fin de formation.

Module 1 : Définir les objectifs du site

Trafic, notoriété, vente, contact

Les indicateurs de performance : visites, pages vues, durée de visites, taux de rebond, campagnes marketing online ; contenus du site ; ergonomie du site...

Module 2 : Comprendre les limites des indicateurs de base

Calculer son Retour sur Investissement (ROI)

Module 3 : Les points clés pour faire un bon tableau de bord

Paramétrer ses conversions et ses entonnoirs de conversion
Mettre en place un tracking de campagne efficace - URL Tracking
Mettre en place ses différents tags (structure, personnalisation...)
Conversions, indirecte, 1er clic...

Module 4 : Fonctions avancées

Les profils et filtres avancés pour exclure certains trafics
Créer ses segments personnalisés
Le module de segmentation par défaut : avantages et limites

Module 5 : Rapports

Les différents types de reporting
Rapports automatiques, tableaux de bord sur mesure...
Mettre en forme les données via les outils d'extraction (Excel...)
Personnaliser les reportings en fonction du profil des utilisateurs
Optimiser ses campagnes e-marketing
Améliorer ses contenus et l'ergonomie
Augmenter le taux de conversion, différentes sources de trafic Adopter le processus d'amélioration continue

Pour vous inscrire

04.78.14.19.19

contact@atoutmajeur-ra.com / www.atoutmajeurlyon.com

(Mise à jour : 05-2024)