

Programme de formation

Google Analytics avancé

Appréhender les leviers de l'amélioration de la performance d'un site internet ou e-commerce avec Google Analytics

Durée

1 jour / 7 heures

Description

Il est désormais courant de dire que l'on souhaite ou que l'on fait du Data Driven Decision (prise de décision basée sur de la données). Mais qu'en est-il réellement ? Est-ce que les outils en place sont performants et bien utilisés ? Comment peut-on être sûr que l'on est bien dans une démarche DDD ? C'est là que l'Analytics et Google Analytics interviennent pour bon nombre d'acteurs ayant un site internet, qu'il soit e-commerce ou simple site vitrine. Cette formation permet de comprendre plus en détail le fonctionnement, le paramétrage et les fonctionnalités avancées de Google Analytics pour analyser votre audience et optimiser vos stratégies marketing et votre retour sur investissement (ROI) publicitaire.

Objectifs pédagogiques

- Gérer plusieurs comptes et configurer des profils et des filtres – bonnes pratiques
- Configurer les entonnoirs et objectifs de conversion – incluant enhanced e-commerce
- Analyser les conversions et transactions
- Créer vos propres rapports personnalisés

Public

Personnes travaillant dans le marketing, la communication, gérant des campagnes en ligne ou hors ligne, gestionnaire web et / ou mobile ainsi que des développeurs qui seraient curieux

Pré-requis

Avoir une expérience avec Google Analytics hebdomadaire, faire déjà des rapports analytics.

Méthodes pédagogiques

40 % théorie / 60 % pratique

Profil intervenant

L'ensemble de nos formations sont animées par des formateurs expérimentés possédant une expérience terrain éprouvée.

Modalités d'évaluation

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers d'ateliers de mise en pratique des notions et concepts abordés pendant la formation.

Programme

Analyse

- Présentation de la web analyse
- Mise en place d'objectifs SMART
- Définition des indicateurs et utilisation de ceux-ci

Gestion des comptes

- Bonnes pratiques
- Association des comptes

Personnalisation de Google Analytics

- Pourquoi et comment ?
- Google Tag Manager
- Expression régulières

Conversions et ventes

- Ecommerce
- Enhanced ecommerce
- Lecture des rapports et définition des indicateurs clés

Rapports personnalisés

- Utilisation et configuration de ceux-ci
- Limitations et biais possibles

Cas pratiques