Programme de formation

Google Analytics

Cette formation vous montrera comment utiliser avec efficacité Google Analytics pour mesurer l'audience de votre site Web et produire un reporting de qualité.

Savoir comment les internautes arrivent sur votre site, tracer leur parcours, voir ce qui les intéresse… pour améliorer le trafic et rentabiliser votre site. Voilà l'enjeu du web Analytics : qualifier vos visiteurs et transformer vos prospects en clients.

Les objectifs de la formation

1. **Comprendre le fonctionnement des principaux moteurs de recherche**
2. **Installer l'outil Google Analytics**
3. **Créer et personnaliser des rapports**
4. **Exploiter les données de Google Analytics pour optimiser son site**

Les contenus de la formation

M1 Comprendre Google

- Comment fonctionne un moteur de recherche.
- Les différents moteurs de recherche.
- Le référencement naturel (SEO) et payant.
- Pourquoi faire du suivi de statistiques ?
- La certification Google Analytics ?

Travaux pratiques / Réflexion autour de différents acteurs du Web• Retour d'expérience

M2 La terminologie essentielle

- Page vue, visite, visiteur.
- Les "Referrer", les pages par lesquelles les internautes sont arrivés sur votre site.
- Sources de trafic. ET Rebond et taux de rebond.
- Fidélisation, acquisition, fréquence, récence

M3 L'outil Google Analytics

- Google Analytics dans la sphère Google.
- Installation de Google Analytics.
- Le tableau de bord.

GM! Conseil Formation EURL au capital de 3000€
22 rue Marquise de Barol • 49360 Maulévrier • 06.09.89.35.42
gmerliere@gm-conseil-formation.fr • www.gm-conseil-formation.fr
Déclaration d'activité enregistrée sous le n° 52490300149, auprès de la région Pays de la Loire
N° d'immatriculation : 799 459 573 R.C.S. Angers

- Les différents types de mesure.
- Les alertes

Travaux pratiques / Prise en main de l'outil. Analyse de différents tableaux de bord.

M4 Savoir lire et exploiter les différents rapports

- Les visiteurs (synthèse géographique, nouveaux versus connus, tendances, fidélité, matériels/logiciels utilisés...).
- Les sources de trafic (provenance, impact, mots-clés, campagne, SEO...).
- Analyse du contenu (pages les plus consultées, détail par titre et par URL, pages de destinations et de sorties...).
- Les objectifs (conversions, valeur d'un objectif...).
- Création de rapports et Personnalisation de rapports.

Travaux pratiques / Etudes de différents types de rapports et contenu

M5 Exploiter Google Analytics par rapport à ses besoins

- Maintenance technique de son site.
- Analyse e-marketing.
- Gestion e-commerce.

Travaux pratiques /
Exercice d'exploitation des données Google Analytics.

Nos principes d'action

- Théorie
- Partage d'expériences de la part des formateurs et stagiaires
- Exemples de présence professionnelle

Évaluation

- Evaluation formative : en amont de formation par test de positionnement.
- Evaluation sommative à travers un questionnaire de fin de formation et un tour de table.
- Attestation de stage
- Feuille de présence
- Certificat de réalisation
- Evaluation à froid : à 3 mois.

Le public concerné

- Tout public concerné par la communication

- Directeurs de communication, des Chargés de communication, des Responsables des relations extérieures, des Responsables des RP, des Attachés de presse, des Chefs de projets, des Chefs de produits.
- Programme accessible aux personnes handicapées : nous consulter

PRE-REQUIS :

- Avoir un ordinateur, un portable

Le lieu

- Formation chez le client

La durée et les horaires

- Formation de 2 jours soit 14 heures.

Le formateur

Laurence Paul, Formatrice GM ! Conseil Formation
Directrice artistique et experte réseaux sociaux