

Formation Google Analytics - Perfectionnement

PROGRAMME DE FORMATION

DURÉE : 1 jour (7 heures)

Présentiel / Distanciel

Objectif

Acquérir les connaissances approfondies nécessaires à une analyse fine des statistiques de fréquentation d'un ou plusieurs sites en vue d'optimisations.

Pré-requis

Sens de l'analyse, notions mathématiques, maîtrise des moteurs de recherche et réseaux sociaux.

Participants

Toute personne devant prendre en compte les statistiques de google et optimiser les flux.

Validation

Un exercice permettant de valider l'acquisition des principes d'optimisation de flux entrants webmarketing.

Modalités

Nos formateurs utilisent les méthodes andragogiques suivantes : la démonstration, l'étude de cas, le projet, le questionnement de groupe et le quizz.

Infos complémentaires

Délai d'accès :
Entre 15 et 45 jours. Formation accessible aux personnes en situation de handicap.
Plus d'informations au 0692 22 55 83.

Débouchés :
Cette formation permet une montée en compétences mais ne permet pas de se former à un métier.

Passerelles :
Aucune passerelle disponible.

Programme synthétique

Module 1 : Les indicateurs clés de la performance

Quels sont-ils ? Comment les définir ?
Mettre en place un tableau de bord de suivi

Module 2 : Optimisation des paramètres du compte et marquage avancé

Les marqueurs de base : marquage de suivi, trackevent, trackpageview
Les marqueurs e-commerce et e-commerce avancé
Les marqueurs cross-domain
Cas particuliers des iframes
Mise en place de 2 marqueurs pour le même site
Contrôler la bonne implémentation d'un plan de marquage
Note sur Google Tag Manager (GTM)

Module 3 : Configuration de google analytics

Les expressions régulières (ou RegEx)
Configuration d'un compte + Gestion des utilisateurs
Configuration d'une propriété : paramétrage des informations de suivi, les différentes associations possibles, mise en place d'audience de remarketing
Configuration d'une vue : rappel sur la création d'objectifs, mise en place de filtres avancés, création de groupes de canaux

Module 4 : Rappel de la prise en main de l'interface

Les différents éléments de l'interface (filtres, segments, tableau, etc)

Module 5 : Audience, acquisition et comportement : bonnes pratiques

Choix des bons indicateurs à suivre pour des analyses performantes : appareil, navigateur, sources, évènements, etc...

Module 6 : Analyse des conversions

Les Statistiques par objectifs
Commerce électronique

Module 7 : Des entonnoirs multicanaux

Analyse de base
Les modèles d'attribution
Groupes et canaux personnalisés

Module 8 : Personnalisation de l'interface

Rapports personnalisés, raccourcis, alertes, tableaux de bord