



WEB ANALYTICS : AMÉLIORER SA RENTABILITÉ WEB

Comprendre et interpréter les résultats de la mesure d'audience

Améliorer le retour sur investissement de son dispositif digital implique de bien définir sa stratégie Web Analytics : objectifs, indicateurs et outils de mesure. En se basant sur Google Analytics Universal, l'outil phare du marché, et par l'intermédiaire de nombreux exercices pratiques et ludiques, vous apprendrez dans cette formation Web Analytics comment améliorer sa rentabilité web de l'ISM les bases du fonctionnement de ces outils. Vous verrez également comment assurer votre conformité RGPD, analyser la performance de vos actions de marketing digital ainsi que le parcours des utilisateurs de votre site. A destination de publics déjà utilisateurs d'un outil de Web Analytics, cette formation Web Analytic vous permettra de vous améliorer dans son utilisation et sa compréhension, et ce afin de mieux piloter la performance de vos activités digitales.

FORMATIONS COURTES

PERFECTIONNEMENT

BEST-OF

Ref. : C19EROI

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1530
€ HT

Repas inclus

OBJECTIFS

- Définir les bons ratios d'évaluation (KPIs), interpréter les résultats et identifier les leviers d'optimisation.
- Comprendre le comportement des visiteurs de son site internet.
- Analyser le trafic de ses campagnes.

EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

POUR QUI ?

Directeurs et responsables marketing digital, marketing, commerciaux, webmarketeurs.

PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux du marketing digital.

COMPÉTENCES ACQUISES

Déterminer des KPIs pertinents et piloter la performance de ses activités digitales.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants
E-quiz amont
Modules vidéos
Présentiel
E-quiz aval

PROGRAMME

Web Analytics : améliorer sa rentabilité web

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.
- Comment être visible sur les moteurs de recherche grâce au SEA ?
- Comment mettre en place une publicité en display ?

Maîtriser le fonctionnement des outils de Web Analytics

- Décrypter la raison d'être et le principe de la collecte des données des outils de Web Analytics.
- S'approprier les principaux outils et indicateurs de mesure en ligne.
- Appréhender le traitement de données : appels aux serveurs et protocole.
- Assurer sa conformité avec le RGPD (Europe) et la CNIL (France).





Appuyer sa démarche marketing digital sur Google Analytics

- Versions, paramètres de propriété et vues, filtres... : s'approprier Google Analytics et sa configuration.
- Identifier le fonctionnement d'Universal Analytics et installer Google Analytics pour obtenir une vue complète de son business.
- Implémenter le suivi de ses campagnes et conversions : utiliser les principaux rapports.
- Configurer le traitement de la donnée pour gérer et interpréter les rapports de manière optimale.

Analyser les résultats de ses actions de génération de trafic et d'acquisition de clients

- Identifier les sources de trafic de son site et déterminer une attribution pour améliorer la performance des leviers webmarketing : SEO, SEA, email, display, affiliation...
- Contenus, navigation... : optimiser les principaux parcours du site en faisant appel aux bons rapports.
- Réaliser des audits de son content marketing pour faire croître son audience.
- Suivre le trafic généré par le mobile : les spécificités des Mobile Analytics.
- Isoler les activités de valeur véritable, monétiser les résultats et calculer la rentabilité.
- Atelier : proposer une répartition budgétaire par canal la plus performante possible pour un site d'e-commerce.

Structurer sa stratégie Web Analytics

- Définir des objectifs clairs pour son site et dessiner un plan de mesure.
- Construire des tableaux de bord fonctionnels à partir du Web Analytics : conseils et bonnes pratiques.
- Atelier : construire et mettre en forme un tableau de bord sur Google Data Studio.
- Segmenter ses cibles pour affiner sa stratégie Web Analytics.
- Établir les étapes du déploiement d'une stratégie de Web Analytics optimisée : retours d'expérience.
- Préparer un plan de taggage et utiliser un outil de tag management pour structurer la mise en place de son tracking.
- Atelier : Créer son container Google Tag Manager (GTM) et installer le tag de page vue Google Analytics.

INTERVENANTS

Anne Marie DEVILLERS
Anne Devillers Consulting

Renaud ALQUIER
ALQUIER Renaud

MOYENS HUMAINS, TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.





Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap 

LIEUX ET DATES

À distance

27 et 28 févr. 2023
27 et 28 avr. 2023
07 et 08 sept. 2023
18 et 19 janv. 2024

Paris

10 et 11 janv. 2023
05 et 06 juin 2023
22 et 23 nov. 2023



Organisme qualifié
par l'ISQ-OPQF



Membre de la Fédération
Les Acteurs de la Compétence

ISM - 35, rue du Louvre - 75002 PARIS
Tél. : +33 (0)1 43 72 64 00 - e-mail : serviceclient@ism.fr
Siret 712 010 362 000 28