WEB ANALYTICS : AMÉLIORER SA RENTABILITÉ WEB

Comprendre et interpréter les résultats de la mesure d'audience

FORMATIONS COURTES

PERFECTIONNEMENT

NEW

Ref. : C19EROI

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1560 € HT

Repas inclus

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 4
, 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**. 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 afin de mieux

piloter la performance

de vos activités digitales.

Pourquoi se former sur le web tracking ?

- Comprendre les enjeux de la transition vers

  un **monde sans cookies tiers**
  et les exigences RGPD.
- Apprendre à mettre en place des **stratégies de tracking** conformes et respectueuses de la vie privée.
- Optimiser vos campagnes marketing tout en garantissant la **sécurité des données** des utilisateurs.

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.

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation obligatoire sous forme d'un quizz pour valider les acquis de la formation.

PROGRAMME

Pendant
Web Analytics : améliorer sa rentabilité web

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.

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

- Compte, propriété, flux de données : s'approprier Google Analytics et sa configuration.
- Identifier le fonctionnement de Google Analytics 4 et savoir installer l'outil 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.
- Isoler les activités de valeur véritable, monétiser les résultats et calculer la profitabilité.
- **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 configuration Google Analytics.

INTERVENANTS

Anne Marie DEVILLERS

Formatrice-consultante experte dans le marketing digital et l'e-commerce B2C. 15 années d'expérience professionnelle, chez Google, en agence et pour des sites de vente en ligne.

MODALITÉS 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
11 et 12 juin 2025
11 et 12 sept. 2025
22 et 23 juin 2026
09 et 10 sept. 2026

Paris
04 et 05 déc. 2025
03 et 04 déc. 2026

ISM - 18-24 rue Tiphaine - 75015 PARIS
Tél. : +33 (0)1 42 21 02 02 - e-mail : serviceclient@ism.fr
Siret 712 010 362 000 28