



Graciet
& Co[®]

FORMATION
Google Analytics
(Avancée)

2019

www.graciet-co.fr

Objectifs :

- Comprendre et interpréter les rapports de données
- Configurer la collecte de données spécifiques
- Créer et configurer des tableaux personnalisés
- Évaluer les performances techniques et ergonomiques du site
- Analyser le comportement des moteurs et des visiteurs
- Évaluer la pertinence des sources de visiteurs

Pour qui ?

Trafic manager, SEO, chefs de projets digital, responsables Marketing et/ ou communication, webmasters, développeurs, Web marketeurs, Big data manager...

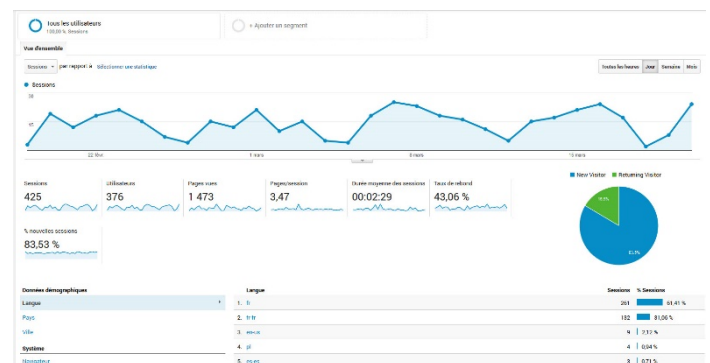
Google Analytics est l'outil fourni par la firme ALPHABET pour vous permettre d'évaluer votre ROI publicitaire et d'assurer le suivi de vos sites web et applications.

Si Google Analytics est le plus connu des outils d'analyse comportementale du web, il n'en reste pas moins une énorme « usine à gaz » qui évolue chaque jour.

Pour exploiter toute sa puissance, il conviendra donc de s'adapter à ses différentes évolutions en maîtrisant tant son vocabulaire spécifique que ses différents modes opératoires.

Ainsi, la simple intégration du code de suivi Google Analytics ne suffira pas à garantir l'intégrité ni la qualité des données récoltées.

Cette formation vous apprendra à exploiter les données fournies par Google Analytics, afin de mesurer l'efficacité de vos actions webmarketing sur le comportement des internautes et des moteurs de recherche qui parcourent votre site web !



Exemples de thèmes abordés lors de la formation Google Analytics :

- Gestion des droits utilisateurs
- Règles de filtrage (SPAM refferer , user, not provided, etc.)
- Segmentation et panélisation des données
- Tracking des actions javascript
- Marquage des URL
- Mise en place des objectifs
- Gestion des entonnoirs multicanaux
- Modèles d'attribution des conversions
- Cas pratiques

Horaires de 9:00 à 12:30 et de 14:00 à 17:30

Dates des sessions*

Poitiers : selon demandes

Moyens pédagogiques

- Cas pratiques d'application
- Manipulation de l'outil
- Évaluation des connaissances en fin de cycle
- Support pédagogique en ligne

Nous fournissons à l'ensemble des participants les supports de présentation (slides) ainsi que l'ensemble des documents créés pour les études de cas. Les participants qui le souhaitent peuvent poser des questions et nous soumettre des cas concrets avant la formation. Néanmoins, seules certaines études de cas seront sélectionnées.

*Dates fournies sous réserve de disponibilités. Consultez notre site Internet-formation-outils-web.fr pour connaître le nombre de places disponibles.

Équipement

- Salle de formation équipée de 4 MAC
- Écran géant pour les présentations
- Connexion internet fibre

Prérequis

- Être administrateur d'un compte Google Analytics actif
- Être administrateur du site analysé

1. De la mesure d'audience à l'évaluation des performances

- Pourquoi mesurer l'audience de mon site ?
- Pourquoi mesurer la performance de mes pages ?
- Comment définir les objectifs et KPI ?
- Analyse de cookies versus analyse de logs
- Les aspects légaux de l'analyse comportementale
- *Cas pratique : définir les objectifs et les KPIs*

2. Installation et configuration de base de GA

- Le script de suivi Universel de Google Analytics
- Présentation des comptes, propriétés et vues
- Gestion des droits utilisateurs
- Installation des filtres utilisateur
- Détecter et isoler les spams referer
- Configuration des paramètres de session
- Association Search Console + Adwords
- *Cas pratique : vérifier la bonne installation et configuration de GA*

3. L'interface de Google Analytics

- Présentation générale des différents onglets et du vocabulaire de base (session, nouveaux utilisateurs, taux de rebond, etc.)
- Périodes d'analyse
- Présentation du mode de structuration des données
- Présentation du tableau de bord
- Présentation des rapports « Temps réel »
- Présentation des rapports « Audience »
- Présentation des rapports « Acquisition »
- Présentation des rapports « Comportement »
- Les tableaux de bord sur mesure et galeries préconfigurées
- Le configurateur de rapports personnalisés
- *Cas pratique : réaliser un tableau de bord et un rapport personnalisé*

4. Configurer le tracking pour le calcul du ROI

- Configurer les objectifs dans GA
- Configurer le tracking d'événements JS
- Les pages de confirmation de réalisation des objectifs
- Exploiter les données issues des tunnels de conversion
- Modèles d'attribution des objectifs par source
- Le suivi de l'activité e-commerce
- Les entonnoirs multicanaux
- *Cas pratique : configurer le tracking*

6. Les fonctionnalités majeures de Google Analytics

- Gestion et croisement des segments de données
- Utilisation des dimensions secondaires simples et avancées
- Création et automatisation des alertes
- Les exports de données hors Google Analytics
- Les raccourcis vers des rapports
- Comparaison des périodes d'analyse
- Les différents formats de visualisation des données
- *Cas pratique : créer des segments personnalisés avec des dimensions secondaires adaptées aux objectifs du site*

7. Introduction à l'analyse comportementale

- Comportement humain versus comportement robots
- Segmenter les données en fonction des personae
- L'analyse des cohortes
- L'explorateur d'utilisateurs / User-ID / légalité
- Limites de Google Analytics versus Yandex Metrica
- L'analyse comparative (benchmark)
- *Cas pratique : analyse d'un rapport de flux d'audience*

8. Clôture de la formation

- Questions/réponses
- Test d'acquisition des connaissances
- Correction du test et remise des résultats
- Bilan de la formation



Graciet
& Co[®]

Agence Graciet & Co
SEO – Acquisition de trafic – Content marketing

15 Avenue René Cassin
86 961 FUTUROSCOPE CEDEX

09 72 66 57 94
contact@graciet.info

www.graciet-co.fr