



Graciet
& Co[®]

FORMATION
Google Analytics
(Initiation)

2019

FORMATION

L'analyse de données Google Analytics en pratique

Tarif : 720€ HT

1
jour

Objectifs :

- Comprendre la démarche d'analyse des données analytiques
- Déterminer des objectifs et KPI cohérents avec son site Web
- Savoir exploiter les rapports de données analytiques de base
- Connaître les autres vues et rapports de suivi à utiliser au quotidien pour suivre ses indicateurs de performance

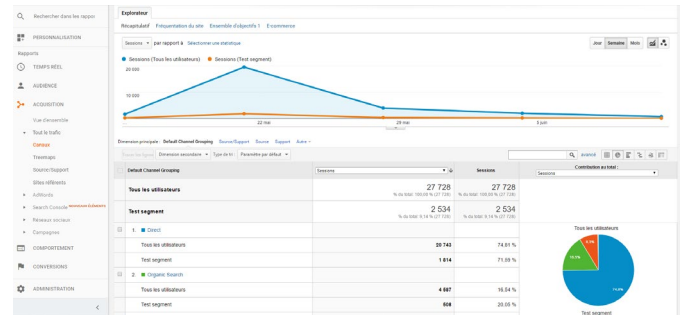
Pour qui ?

Chargé(e) de communication, chefs de projets web, responsables marketing, Web marketeurs...

Que faut-il analyser parmi vos données analytiques ? Comment faut-il interpréter les données selon vos objectifs ? Comment choisir des indicateurs Kpi pertinents adaptés à votre site Web ? Cette formation vous aidera à mieux manipuler les données de votre compte Google Analytics.

Les rapports fournis par Google Analytics **sont standards et "précalculés"** pour une consultation rapide et facile. Les données relatives à votre audience, à l'acquisition de trafic, au comportement des visiteurs et à leurs interactions sur votre site doivent souvent être combinées pour répondre à des questions plus précises permettant de mesurer les objectifs atteints sur votre site Web.

Que font les visiteurs venus du référencement naturel ? Les visiteurs issus d'une recherche sur ma marque sont-ils les plus engagés ? Quels types de pages sont consultés le plus souvent avant une conversion ? Est-ce que les visiteurs issus d'Adwords ont le même comportement que ceux issus du référencement naturel ? ... Autant de questions qui nécessitent de définir des KPI et des flux de données pertinents afin d'apporter une réponse constructive et déterminer un plan d'actions pour améliorer la visibilité et les performances de votre site.



Voici quelques thèmes abordés lors de la formation :

- L'importance de prendre en compte les bonnes données d'analyse,
- L'utilisation des segments avancés dans différents cas d'analyse de données,
- Les indicateurs les plus pertinents à suivre et mesurer sur son site Web,
- Les bonnes questions à se poser sur le comportement des utilisateurs sur le site, les sources de trafic, le type d'audience atteinte et les interactions des utilisateurs.

Horaires de 9:30 à 13:00 et de 14:00 à 17:30

Dates des sessions*

Nous consulter pour plus d'informations

Moyens pédagogiques

- Support pédagogique théorique
- Exercice pratique d'application
- QCM d'évaluation des connaissances

Équipement

- Ordinateur par apprenant
- Salle formation avec rétroprojecteur

Prérequis

- Avoir un compte Google Analytics actif
- Avoir une connaissance de base de l'interface de Google Analytics et des données recueillies ou avoir déjà suivi une formation Google Analytics de base

Formateur

Gracienne Laborde, issue d'un cursus en communication et arts graphiques, met au service de projets de site Web et campagnes Webmarketing son expertise d'une dizaine d'années.

Autres formats disponibles

Nous consulter pour plus d'informations

1. La démarche d'analyse des données Google Analytics

- Les étapes de l'analyse de données
 - Méthode d'exploitation avancée des données
 - Lecture des graphiques avec les segments avancés
 - Lecture des tableaux avec les segments avancés
 - Comment créer un segment avancé ?
- *Cas pratique : Manipulation de l'interface Google Analytics en utilisant un segment avancé*

2. Utilisations simples des segments avancés de Google Analytics

- Analyse des appareils utilisés
 - Analyse des canaux d'acquisition
 - Analyse des sessions
 - Analyse du panier moyen
 - Analyse des visites depuis le blog
 - Analyse des visiteurs engagés
 - Analyse d'évènement
 - Analyse d'abandon de panier
 - Analyse du comportement d'achat
 - Analyse sémantique
 - Analyse de recherche d'images organique
 - Analyse SEO des mots clés liés à votre marque
 - Analyse de cohortes
 - Analyse de la perte d'audience
- *Cas pratique : Manipulation de segments avancés avec les cas d'analyse présentés sur le(s) site(s) web des participants*

3. Les objectifs et kpi – Quels indicateurs suivre et mesurer ?

- Acquisition de trafic
 - Perception de la marque
 - Parcours des utilisateurs
 - Qualité des contenus
 - Conversions des utilisateurs
 - Profil des visiteurs
 - Interactions sur le site
 - Mesure de ROI
- *Cas pratique : Élaboration de mesure d'objectifs et KPI pour répondre à des questions précises sur le(s) site(s) des participants parmi ces grandes thématiques.*

4. Les outils de suivi quotidien

- Tableau de bord personnalisé
 - Raccourcis
 - Flux d'utilisateurs
 - Schémas de l'entonnoir
 - Récapitulatif de navigation
 - Autres représentations de données
- *Cas pratique : Manipulation des différents rapports*



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