

Durée 1 jour
(7 heures)

Objectifs

Savoir mettre en place et paramétrer Google Analytics. Identifier et savoir utiliser les possibilités d'analyse et de qualification de trafic de Google Analytics.

Savoir utiliser Google Analytics pour orienter son référencement naturel et piloter son référencement payant et ses actions marketing.

Prérequis

Être utilisateur d'internet
Gérer ou piloter un site Web.

Moyens pédagogiques

Apport de connaissances théoriques et pratiques.

Applications dirigées et en autonomie.

Chaque stagiaire dispose d'un ordinateur.

PARCOURS PEDAGOGIQUE

Le fonctionnement de Google Analytics, son installation et ses paramètres

- › Principe de fonctionnement du moteur de statistique et installation des codes
- › L'accès au compte et ses restrictions, le paramétrage de "votre" Analytics
- › Segmenter les statistiques pour les personnaliser puis fabriquer ses propres rapports d'analyse

Optimiser le développement et le codage du site

- › Qui sont les internautes qui visitent le site et d'où viennent-ils ?
- › Comment visitent-ils le site ? De quelles façons "consomment-ils" le site ?
- › Votre site est-il vu par tous et de façon optimale ?

Comment se développe votre visibilité et avec l'aide de quels sites ?

- › Quels sont les sites de provenances de vos visiteurs ?
- › Quelle est votre audience type et que vous apporte le web-marketing
- › Analytics pour améliorer le référencement de votre site : analyse des "mots-clés"

De quoi est fait votre site, quels sont les contenus pertinents pour l'internaute et pour vous !

- › Quelles sont les pages particulièrement intéressantes, et celles qui ne le sont pas ?
- › Comment l'internaute navigue-t-il sur votre site ? Comment s'oriente-t-il ?
- › Le moteur interne et les astuces pour diriger votre site vers votre trafic, et inversement

Google Analytics, le panneau de contrôle de la performance de votre site

- › La définition des objectifs, leur mise en place et leur paramétrage
- › Les conversions et leur mesure pour savoir ce qui fonctionne "vraiment"
- › Les tunnels de conversions et la qualification des conversions pour être plus efficace

Le e-commerce et le web-marketing : deux piliers de la performance à suivre de près

- › Le e-commerce : connaître le comportement de l'internaute face à vos produits et à votre panier
- › Référencement payant : Google Analytics pour doper vos campagnes Google Adwords
- › Analytics pour suivre aussi vos campagnes de web-marketing

Questions / Réponses