

## GOOGLE ANALYTICS, ANALYSER SA PRESENCE SUR LE WEB

PUBLIC CONCERNE		PREREQUIS
Toute personne responsable de site voulant analyser le trafic et le référencement de son site et sa présence sur le web. L'accès à cette formation, pour les personnes en situation de handicap, est facilité.		Une bonne pratique d'Internet est recommandée. Si nécessaire, <u>un questionnaire de niveau</u> permettra de s'assurer de l'adéquation des compétences du stagiaire avec les prérequis.
DURÉE ET MODALITES D'ORGANISATION	1 jour – 7 heures (8h30-12h / 13h30-17h) + 1 jour, 7 heures d'ateliers pour les participants concernés. En présentiel.	Dates en continu ou discontinu selon <u>le calendrier à consulter sur notre site</u>
EVALUATION / SANCTION DE LA FORMATION	<p><u>Attestation individuelle de fin de formation</u> comprenant le résultat de l'évaluation des acquis validés par le formateur.</p> <p><u>Bilan qualitatif</u> de fin de stage permettant de mesurer la satisfaction du stagiaire sur les qualités pédagogiques, l'organisation ainsi que sur l'atteinte de ses objectifs.</p>	
OBJECTIFS DE LA FORMATION	<p>À l'issue de la formation, le stagiaire doit être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- comprendre la technique de marquage, la technologie Google Analytics et sa terminologie.</li> <li>- être autonome pour la recherche, la compréhension et la manipulation des données Google Analytics ;</li> <li>- choisir ses indicateurs et ses paramètres selon ses objectifs marketing/communication.</li> </ul> <p><i>L'acquisition de ces compétences est évaluée par le formateur tout au long de la formation par des exercices de mise en pratique immédiate.</i></p>	
QUALITÉ DES FORMATEURS	<p>Formateurs professionnels expérimentés (voir <u>l'équipe pédagogique sur notre site</u>)</p>	
LIEU DE LA FORMATION	<p>Formation réalisée au centre de formation : 3 Bd de Clairfont, Naturopôle, Bât. H 66350 Toulouges</p>	

### PROGRAMME DÉTAILLÉ :

#### 1. INTRODUCTION AU WEB ANALYTICS

- Les Indicateurs Clés de Performance
- La démarche de reporting
- La démarche d'optimisation
- Les concepts clés
- Les facteurs clés de succès

#### 2. LA TERMINOLOGIE ESSENTIELLE

- Page vue, visite, visiteur
- Référents et sources de trafic
- Rebond et taux de rebond
- Fidélisation, acquisition, fréquence, récurrence
- Taux de conversion, taux d'abandon

#### 3. CONFIGURATION DE BASE

- Gestion des comptes et profils
- Gestion des accès

#### 4. FONCTIONNALITES DE BASE

- Configuration du tableau de bord
- Gestion des tableaux et graphiques
- Export de données

#### 5. LES DIFFERENTS TYPES D'ANALYSES

- Analyse des visiteurs
- Analyse des sources
- Analyse du contenu
- Analyse des objectifs
- Analyse du e-commerce

#### 6. CONFIGURATION AVANCEE

- Les variables personnalisées
- Les filtres

#### 7. FONCTIONNALITES AVANCEES

- Gestion des alertes
- Gestion des rapports personnalisés
- Segmentation des visites

#### 8. MARQUAGE

Marquage de base, marquage des contenus, marquage des événements, marquage des campagnes, marquage e-commerce