

GOOGLE ANALYTICS : ANALYSER LE TRAFIC DE SON SITE WEB



OBJECTIFS

- Comprendre les notions de bases du tracking web
- Implémenter Google Analytics sur un site web
- Organiser la veille statistique depuis l'interface de Google Analytics
- Assurer la collecte et l'interprétation statistique de fréquentation d'un site

INFORMATIONS PRATIQUES

DATES ET LIEUX



STRASBOURG

Mardi 11 octobre 2022
CCI CAMPUS 234 avenue de Colmar
(nb de participants limité à 10)



COLMAR

Mardi 11 octobre 2022
CCI CAMPUS 4 rue du Rhin
(nb de participants limité à 10)

HORAIRES

De 9h00 à 12h00 et de 13h30 à 17h30

APPROCHE PÉDAGOGIQUE

- Démarche pédagogique active et participative
- Alternance de séquences de formation théorique avec des exercices et des mises en situation sur ordinateur
- Chaque participant dispose d'un ordinateur

TARIF

Participation forfaitaire de 60 € TTC/personne

CONFÉRENCIER

Formateur de la CCI Campus

PROGRAMME

L'analyse statistique d'un site web

- Découvrir le tracking web
- Compter et interpréter
- Mesurer et analyser

Les bases de google analytics

- Installer : principe de fonctionnement
- Créer un compte Google
- Installer des codes de tracking sur un site web
- Maîtriser les bases du reporting : profils et administration, rapports et graphiques, comparaisons, annotations
- Paramétrer : gestion de compte, création de profils et aperçu des différents rapports disponibles, administration des accès utilisateurs
- Mettre en place des filtres prédéfinis

Étude de l'audience

- Analyser les données sur les visiteurs et les sessions de visite
- S'informer sur le matériel
- Interpréter la qualité de l'audience par rapport aux objectifs de son site

Statistiques sur l'acquisition

- Comprendre les sources de trafics

- Analyser comparativement les différents canaux d'acquisition de l'audience
- Interpréter et prioriser les leviers d'optimisation de son site

Metrics de comportement

- Visualiser les flux
- Détecter les pages de sorties
- Détecter les anomalies dans le fonctionnement de son site

Mesure des conversions

- Définir le terme « conversion »
- Analyser les metrics en E-commerce

Utilisation avancée de google analytics

- Mettre en place des objectifs personnalisés et l'entonnoir de conversions
- Se connecter avec un compte Adwords pour une analyse croisée de la performance des campagnes publicitaires
- Créer des codes de suivi personnalisé (exemple suivi d'un emailing)
- Créer des tableaux de bord personnalisés
- Mettre en place des rapports automatiques hebdomadaires



PUBLIC

Tout adhérent du Centre et/ou son conjoint, ainsi que tout membre correspondant.