

- *Comprendre le fonctionnement des principaux moteurs de recherche*
- *Installer l'outil Google Analytics*
- *Créer et personnaliser des rapports*
- *Exploiter les données de Google Analytics pour optimiser son site*

2**Prix : 1?440 € € / HT****OUTILS PÉDAGOGIQUES****PUBLIC VISÉ**

- Commerciaux et responsables marketing, ou toute personne concernée par la promotion d'un site Web.

MODALITÉS D'ÉVALUATION**MODALITÉS DE FINANCEMENT****MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS****OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES****ACCESSIBILITÉ****LES POINTS FORTS DE LA FORMATION****PRÉ-REQUIS**

- Connaissance de base d'un site Web.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS**ATTESTATION OBTENUE****EFFECTIF DE LA FORMATION****CERTIFICATION****MODALITÉ PÉDAGOGIQUE**

Cours dispensé en mode présentiel avec une alternance d'apports théoriques et méthodologiques, et de mises en situations pratiques

PROCHAINES SESSIONS

Le 10/02/2022
Le 17/03/2022
Le 12/05/2022
Le 10/02/2022
Le 17/03/2022
Le 12/05/2022
Le 10/02/2022
Le 17/03/2022
Le 12/05/2022

PROGRAMMES DE GOOGLE ANALYTICS, ANALYSER LES STATISTIQUES DE VOS SITES**Rappel des fondamentaux du web**

- Comment fonctionne un moteur de recherche.
- Les différents moteurs de recherche.
- Le référencement naturel (SEO) et payant.
- Pourquoi faire du suivi de statistiques ?.

La terminologie essentielle

- Page vue, visite, visiteur.
- Les « Referrer », les pages par lesquelles les internautes sont arrivés sur votre site.
- Sources de trafic.
- Rebond et taux de rebond.
- Fidélisation, acquisition, fréquence, récurrence.

L'outil Google Analytics

- Google Analytics dans la sphère Google.
- Installation de Google Analytics.
- Le tableau de bord.
- Les différents types de mesure.
- Les alertes.

Savoir lire et exploiter les différents rapports

- Les visiteurs (synthèse géographique, nouveaux versus connus, tendances, fidélité, matériels/logiciels utilisés...).
- Les sources de trafic (provenance, impact, mots-clés, campagne, SEO...).
- Analyse du contenu (pages les plus consultées, détail par titre et par URL, pages de destinations et de sorties...).
- Les objectifs (conversions, valeur d'un objectif...).
- Création de rapports.
- Personnalisation de rapports.

Exploiter Google Analytics par rapport à ses besoins

- Maintenance technique de son site.
- Analyse e-marketing.
- Gestion e-commerce.