

# Mesurer l'audience et la performance de son site internet avec Google Analytics

Lozère

## Dates et durée de la formation

**Durée** : 1 jour

**Date(s)** :

5 décembre

## Public cible

Offices de Tourisme, relais départementaux des OT... animant des formations ou ateliers

## Objectifs

Installer et paramétrer correctement Google Analytics

Connaitre le lexique de Google Analytics

Analyser les statistiques de fréquentation de son site

Programmer des envois périodiques de rapports

## Pré-requis

Maîtriser les notions de base sur le e-tourisme et sur l'impact des réseaux sociaux

## Intervenants

Pierre ANTOINE

Titulaire de la certification Google Analytics depuis avril 2016.

La certification Analytics Individual Qualification est une preuve de compétence dans l'utilisation de Google Analytics. Elle est attribuée à toute personne ayant réussi l'examen correspondant.

## Contenu de la formation

Les outils de mesure d'audience

– Définition et fonctionnement

– Que peut-on attendre de Google Analytics ?

Installer et paramétrer correctement Google Analytics

– Les différents types de suivi possibles

– Mettre en place un traceur sur son site pour obtenir des statistiques

– Vérifier que le suivi est réalisé correctement

– Installer et paramétrer Google Search Console pour connaître les mots-clés générateurs d'audience, le coupler à Google Analytics

Les 3 grands types de rapports sur Google Analytics

– Les rapports d'audience : combien d'internautes ont visité mon site ?

– Les rapports d'acquisition : comment les visiteurs ont accédé à mon site ?

– Les rapports de comportement : Qu'ont fait les visiteurs sur mon site ?

Mesurer les statistiques de son site internet

– Le profil de vos visiteurs (langue, pays d'origine, régions, ville, etc.)

– La provenance de vos visiteurs (accès direct, référencement naturel, campagnes...)

– Le support utilisé par l'internaute (PC, tablettes, mobile,...)

– Le comportement de vos visiteurs (navigation type, page cul de sac, période de visite...)

Les mots clés ayant entraînés une visite

- Mesurer l'impact des campagnes marketing (Newsletters, Adwords, Publicité...)
- Suivre le comportement de l'internaute sur des liens spécifiques (lien de sortie, pdf, flash...)

Programmer l'envoi d'un rapport mensuel

- Identifier 10 indicateurs clés pour mesurer la performance de son site
- Créer le rapport manuellement en croisant les données
- Programmer l'envoi automatique du rapport par email

Approche théorique pour aller plus loin avec Analytics

- Réaliser le suivi du commerce électronique
- Les événements : mettre en place des compteurs pour les clics (liens, image...)

- **Nombre de personnes** : 12
- **Code action** : GGANA