

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