

2021- Google analytics

Montpellier

Dates et durée de la formation

Durée : 1 jour

Date(s) :

4 mars - Nombre total d'heures de formation : 7

Public cible

Directeurs, Conseillers en Séjour, Chargés de communication, Responsables promotion communication

Tarif de la formation :

250 € net de taxes

Salarié de droit privé : Coût venant en déduction de l'enveloppe formation de chaque structure. Vérifier les modalités de prise en charge auprès de votre OPCO. N'oubliez pas de faire aussi votre inscription auprès de l'AFDAS !

Numéro de déclaration d'activité pour demande de prise en charge de la formation auprès de l'OPCO :
76340953834

Objectifs

Contexte de la formation

Une nouvelle interface GA vient être mise en place par Google et cette formation a pour objectif de vous permettre d'en comprendre le fonctionnement et d'en tirer les éléments clés pour optimiser vos actions web.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre la nouvelle interface Google Analytics
- Savoir retrouver et comprendre les informations principales
- Analyser les retombées de son site Internet

Pré-requis

Bonne maîtrise de l'outil informatique

Connaissance du web

Avoir un compte Google Analytics

Matériel stagiaire :

1 ordinateur portable par participant

Amener ses codes d'accès à son site Internet (console d'administration)
Avoir son compte Google Analytics

Intervenants

Aurélie COSTES, Comanaging

Une formatrice qui travaille quotidiennement dans le domaine du marketing digital, site web et réseaux sociaux et pourra ainsi apporter aux stagiaires toutes les bonnes pratiques, les méthodes et outils de manière très professionnelle et actualisée.

Par ailleurs une très grosse expérience dans le domaine de la formation tant en inter qu'en intra entreprises pour des publics très divers publics et privés.

Tarif de la formation : 250 € net de taxes

Salarié de droit privé : Coût venant en déduction de l'enveloppe formation de chaque structure. Vérifier les modalités de prise en charge auprès de votre OPCO. N'oubliez pas de faire aussi votre inscription auprès de l'AFDAS !

Numéro de déclaration d'activité pour demande de prise en charge de la formation auprès de l'OPCO : 76340953834

Contenu de la formation

Jour 1 – Matin

Partie N°1 – Introduction à l'analyse web

Présentation et définition / Google Analytics et les outils de e-marketing / Pourquoi utiliser un outil d'analyse ?

Exercices pratiques : Le stagiaire étudiera les aspects théoriques de l'analyse et son vocabulaire

Partie N°2 : La Plateforme Google Analytics (la nouvelle)

Paramétrage de l'outil : le compte Google et la liaison au site / La nouvelle organisation de GA / Les menus principaux (temps réel, Cycle de vie, Utilisateur, Explorer, Configurer)

Exercices pratiques : Le stagiaire se connectera à son compte Google Analytics et consultera chaque partie étudiée

Jour 1 – Après-midi

Partie N°3 : Points clés de l'analyse marketing

Le trafic : qui ? où ? / L'acquisition du trafic / Les pages vues / Le mobile / La pertinence des campagnes

La définition d'objectifs / La comparaison dans le temps

Exercices pratiques : Le stagiaire fera une analyse de son site, selon les données observées

Partie N°4 : La feuille de route de l'analyse

Quels sont mes objectifs marketing

Que dois-je regarder régulièrement

Les repères à prendre dans Google Analytics

Exercices pratiques : Le stagiaire rédigera sa feuille de route avec les axes à analyser régulièrement.

Bilan de la formation, Tour de table – Evaluation des acquis

Les participants repartent avec leur feuille de route opérationnelle à mettre en oeuvre.

- **Nombre de personnes** : 12
- **Code action** : 25033