



# Analyser son audience web avec Google Analytics

Si les magasins « physiques » en rêvent, les sites web peuvent le faire : Comprendre ce qui intéresse les internautes, leur navigation et ce qui déclenche l'acte d'achat.

Google Analytics analyse l'audience de votre site internet et vous permet de répondre à ces questions :

- D'où viennent mes visiteurs ? Que recherchent-ils sur mon site ?
- Est ce que mes campagne Google Adwords sont pertinentes ?
- Quel est leur temps de visite ?
- Utilisent-ils des smartphones ? Quel est leur taux de rebond ?
- Quels sont les points de blocages ?
- Faut-il faire du Remarketing ?

Google Analytics vous permet de mesurer votre audience, d'optimiser votre site et l'ensemble de votre communication numérique (newsletters, réseaux sociaux, campagne Adwords, etc.)

## **Durée**

7 heures

## **Objectifs**

- Installer et paramétrer correctement le code Google Analytics
- Comprendre l'interface et le vocabulaire (visite, taux de rebond...)
- Identifier les indicateurs les plus pertinents
- Comprendre les rapports standards et les rapports personnalisés

- Définir ses objectifs et entonnoirs de conversion et analyser le cheminement de ses visiteurs
- Utiliser Google Analytics pour ses campagnes Google Adwords

## **Programme de formation**

50% explications & démonstrations, 50% pratique

- Bien paramétrer Google Analytics
- Comprendre le vocabulaire des Web Analytics: taux de rebond, visite, visiteur, visiteur unique, conversion...
- Comprendre l'interface de Google Analytics
- Lire les rapports de Google Analytics : Temps réel, audience, acquisition, comportement, conversion
- Apprendre à connaître précisément ses visiteurs : heures de connexion, origine géographique...
- Utilisation avancée de Google Analytics
- Créer des rapports personnalisés en adéquation avec vos objectifs
- Créer des segments avancés et les exploiter
- Premières analyses, premières interprétations, premières actions
- Utiliser l'analyse comparative pour connaître les tendances du secteur
- Google Analytics et les newsletters
- Google Analytics, le remarketing et Google Adwords
- Analyser le cheminement des visiteurs vers vos objectifs grâce aux entonnoirs de conversion multicanaux

## **Public visé**

- Toute personne qui souhaite pouvoir analyser son audience internet et ses actions de communication
- Webmasters, responsables marketing, responsables de la communication, commerciaux, etc

## **Prérequis**

- Être très à l'aise sur le web
- Avoir accès à sa messagerie pendant la formation (création de compte, etc.)
- Avoir un compte Google Analytics rattaché à son propre site internet (facultatif)

## **Modalités de suivis**

- Il est demandé aux stagiaires à chaque début de demi-journée la signature de la feuille de présence.
- Durant la formation, le formateur veille à la bonne compréhension et acquisition de l'information au travers de questions posées aux stagiaires.

## **Moyens pédagogiques**

- Matériel informatique récent mis à disposition
- Méthodes expositives, démonstratives et actives
- Etudes de cas
- Travaux pratiques

- Auto-Formation Tutorée en CDR en présence du formateur-expert (tutorat expert de contenu)
- Travaux de groupe sur projet
- Diaporamas et cartes heuristiques
- Supports remis aux stagiaires dès le début de la formation