

# 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*

*Partie N°3 : Trouver les idées et passer des idées au concept*

### 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