

Analyser l'audience de son site web



PRÉSENTATION

Gérer le trafic et l'audience d'un site internet est aujourd'hui un impératif pour le web-marketeur. Nombre de visiteurs, taux de rebond, pages vues, objectifs de conversion, sources des visites... sont autant d'indicateurs et de notions à mobiliser pour permettre la prise de décision.

Ce module permettra de découvrir l'outil Google Analytics et d'en extraire les principaux indicateurs pour un rapport complet d'analyse d'audience.

COMPÉTENCES VISÉES

À l'issue de la formation, vous serez en capacité de :

- Comprendre la web analyse et le suivi de la performance
- Utiliser et maîtriser l'outil Google Analytics
- Extraire les indicateurs importants
- Mettre en place des rapports d'analyse pour le suivi de son audience



MODALITÉS D'INSCRIPTION

- 1 - [Télécharger le bulletin d'inscription](#)
- 2 - [Nous contacter](#)



INFOS



PUBLICS

- Salariés, chefs d'entreprise, gérants de TPE, PME ou associations, demandeurs d'emploi, micro-entrepreneurs.
- Toute personne occupant ou ayant occupé des fonctions d'e-marketeur, d'assistant ou responsable marketing, d'assistant ou responsable communication - web...



PRÉ REQUIS

Être en charge d'un site web et, idéalement, avoir accès (ou l'envisager) à un compte Google Analytics.



OUTILS UTILISÉS

Google Analytics



INTERVENANT·E·S

Sylvain DEJEAN : Maître de conférences à l'IUT Techniques de commercialisation de La Rochelle Université - Co-responsable de la Licence pro MASERTIC - E-Commerce et Marketing numérique et responsable pédagogique de cette formation.

Anne LEROUX : Business Developer au sein d'un grand média. Onze ans d'expérience en web marketing et web analyse, elle a été responsable e-commerce pour des sites marchands de grands groupes.



DURÉE

- 1 jour, 7 heures



DATES

- Nous consulter



TARIFS

- Tarif : 600 euros net de taxes



LIEU DE FORMATION

La Rochelle Université

CONTENU



Web Analyse

- Qu'est-ce que la Web Analyse ?
Présentation des différents outils et des enjeux
- Comment placer la Web Analyse au cœur de la prise de décision ?
- Web Analyse et testing

Google Analytics

- Les fondamentaux : tour de l'outil
- Quels sont les principaux indicateurs ? Quelle est leur signification ?
- Analyse de l'audience
- Analyse de l'acquisition
- Analyse du comportement
- Comment tracker une campagne marketing ?

Analyser - Auditer votre site Web

- Analyser l'audience : quels sont les indicateurs clés, à quelle fréquence les suivre, pour quelles prises de décision et recommandations ?
- Analyse des sources de trafic : quels sont les indicateurs clés, à quelle fréquence les suivre, pour quelles prises de décision et recommandations ?
- Analyse du comportement : quels sont les indicateurs clés, à quelle fréquence les suivre, pour quelles prises de décision et recommandations ?
- Analyse par device (type d'écran) : ordinateur, tablette, smartphone
- Mise en place de segment
- Création de tableau de bord



MODALITÉS et MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques
- Utilisation de l'outil informatique
- Étude des problématiques rencontrées par les stagiaires

- Salle de formation adaptée
- Utilisation de postes informatiques avec accès internet + Google Analytics



MODALITÉS DE VALIDATION

Une attestation de fin de formation est remise aux stagiaires à l'issue de la formation.



CONTACT

MAJ 18/07/2019

La Rochelle Université
Pôle Formation continue

formationcontinue@univ-lr.fr
05 16 49 65 18

N° Siret : 19170032700189
Code APE : 8412Z
N° de déclaration d'activité : 5417P001817

univ-larochelle.fr/formation/formation-continue/

Nous rencontrer :

2, Passage Jacqueline de Romilly
La Rochelle - Face à la Maison de l'Étudiant - Parvis de la BU

Nous écrire :

Université de La Rochelle - Pôle Formation continue
23, Avenue Albert Einstein - BP 33060 - 17031 LA ROCHELLE

