

# Google Analytics

2 j (14 heures)

Ref : GOOA

## Public

Directeurs marketing, responsables marketing, directeurs communication, responsables communication, CRM managers, webmarketers, directeurs généraux, responsables e-business, chefs de projet internet, journalistes, bloggers

## Pré-requis

Connaissance de l'environnement Web et la conception de site Web  
Avoir un profil marketing ou technique sera un plus

## Moyens pédagogiques

Formation réalisée en présentiel ou à distance selon la formule retenue  
Questionnaire préalable de positionnement  
Nombreux exercices pratiques et mises en situation, échanges basés sur la pratique professionnelle des participants et du formateur, formation progressive en mode participatif  
Vidéoprojecteur, support de cours fourni à chaque stagiaire

## Modalités de suivi et d'évaluation

Feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur  
Exercices de mise en pratique ou quiz de connaissances tout au long de la formation permettant de mesurer la progression des stagiaires  
Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de stage  
Auto-évaluation des acquis de la formation par les stagiaires  
Attestation de fin de formation

## Objectifs

- Mesurer le trafic des pages Web
- Implanter Google Analytics sur un site
- Interpréter les statistiques de fréquentation

## Programme détaillé

### GOOGLE ANALYTICS

---

- Installer et utiliser Google Analytics : interface
- Vocabulaire nécessaire pour utiliser Analytics

Notions utiles pour l'installation de Google Analytics : création d'un compte et paramétrage (rattachement Google AdWords)

Les différentes méthodes de mesure en Web analytics, dont celle de Google Analytics

Que mesurer selon votre contexte (modèle économique, type de site Web)

Quelques indicateurs de performance génériques selon les principaux modèles économiques (de la visite à l'objectif et au R.O.I.)

## **PERSPECTIVES DE MESURE**

---

Le code du marqueur de Google Analytics et les contextes d'installation

Le marquage des urls pour le suivi des campagnes

Utilisation de l'interface d'administration de Google Analytics : gestion des comptes, des profils

Définition des filtres (et introduction aux expressions régulières "regex")

Création d'objectif et de chemins de conversion (transformation) - Tunnels de conversion (funnels)

Bonnes pratiques sur la structure comptes/profils/filtres

Gestion des utilisateurs et de leurs droits

## **CONSULTATION DE RAPPORTS**

---

Le tableau de bord : un résumé adaptable

Les principaux éléments de paramétrage d'un rapport

Présentation des rapports

## **VISITEURS**

---

Qui sont vos visiteurs ?

D'où viennent-ils ?

Tendances et fidélité des visiteurs

Navigateurs, résolution d'écran, lecteur Flash

Fournisseurs d'accès et réseaux d'entreprise, type de connexion

## **SOURCES DE TRAFIC**

---

De quels sites viennent vos visiteurs ?

La répartition des différents moteurs de recherche ?

Analyse des mots-clés naturels/payants (SEO/SEM) ?

Analyse de la conversion par source de trafic

AdWords : analyse de la performance de vos mots-clés payants

## **CONTENU**

---

Quelles pages sont les plus vues ? Par qui ? Comment ?

Analyse de la navigation : pages d'arrivée/sortie, répartition des clics

Mesure des moteurs de recherche interne : quels mots-clés sont recherchés ?

Suivi des événements

## **OBJECTIFS DANS GOOGLE ANALYTICS**

---

Performance et taux de conversion d'objectifs individuels  
Analyse de la performance du processus de conversion  
Monétisation d'objectifs non commerciaux  
Analyse du e-commerce dans Google Analytics  
Performance par produit/catégorie de produit  
Performance des produits par source de trafic  
Valeur moyenne du panier  
Export et envoi de rapports récurrents  
Quels rapports pour quel type d'analyse ?

## **GOOGLE WEBMASTER TOOLS**

---

Inscription dans Google Webmaster Tool (GWT)  
Utilisation et intérêt des fichiers Sitemap  
Gestion des accès multi-utilisateurs  
Contrôle des SiteLinks Google  
Gestion des paramètres de tracking  
Analyse des erreurs d'exploration et de la rapidité du site  
Ciblage géographique par pays  
Configuration des options et analyse du fichier robots.txt  
Lecture des rapports et exploitation complète des outils

---