



## ► COMPRENDRE GOOGLE ANALYTICS

## ► LES ÉTAPES VERS GOOGLE ANALYTICS



### ► DÉFINITION

**Google Analytics** est l'outil indispensable pour **comprendre les résultats obtenus par son dispositif digital** mis en place, et surtout pour l'améliorer et identifier les leviers de progression.

Indispensable dans le pilotage de votre site internet, Google Analytics va vous permettre d'**optimiser votre dispositif pour être plus attractif** aux yeux de vos prospects, notamment avec les indicateurs touchant au domaine du référencement naturel.



### ► OBJECTIFS

- Installer, configurer et comprendre Google Analytics
- Optimiser la visibilité de votre dispositif web
- Mesurer l'efficacité d'un dispositif web

### ► POUR QUI ?

- Responsable communication
- Responsable marketing
- Community Manager
- Chef de projet Web
- Webmaster

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



Référencement



Google Analytics

2 JOURS  
16 HEURES

PARIS  
1490 €HT

LYON  
1290 €HT

STRASBOURG  
1290 €HT

## JOUR 1

### Introduction

- Le webmarketing
- Les 3 types de visiteurs sur le web
- La conversion
- Les différents outils de Web Analytics ?

### Installer Google Analytics

- Créer un compte Analytics
- Incorporer le code Analytics sur un page HTML
- Incorporer les marqueurs au sein d'un CMS
- Vérification du fonctionnement du code de suivi
- Gestion des utilisateurs
- Installation de Google Analytics et vérification du tag de suivi

PRATIQUE

### Les bases du suivi de la performance web : comprendre les statistiques

- Quels indicateurs suivre ?
- Première lecture de Google Analytics
- Les indicateurs de provenance
- Les indicateurs de visite
- Les indicateurs de performance
- Le taux de rebond
- Analyse comparative

### Analyser les statistiques relatives aux moteurs de recherche

- Trafic en provenance des moteurs de recherche
- Identifier les mots clés porteurs de trafic vers notre site
- Consultation et analyse des statistiques

PRATIQUE

### Utiliser les fonctionnalités avancées de Google Analytics

- Utilisation des filtres et des filtres avancés
- Les segments avancés
- Personnalisation des canaux (valeurs et variables)
- Treemaps
- Analyse des cohortes
- Utilisateurs actifs
- Analyse des sources de trafic avec filtres avancés
- Création de segments avancés

PRATIQUE

PRATIQUE

## JOUR 2

### Utiliser Analytics pour piloter mes performances

- Les différences sources de trafic
- Analyse du contenu : qu'en tirer ?
- Se poser bonnes questions sur la performance de mes pages web
- Analyse des contenus

PRATIQUE

### Les rapports personnalisés et automatiques

- Principes des rapports sur Analytics
- Qu'est-ce qu'un rapport personnalisé ?
- Construire un rapport personnalisé
- Définition du contenu du rapport et de sa périodicité
- Les différents tableaux de bord
- Construction d'un rapport personnalisé
- Création de plusieurs rapports pour différents profils (Responsable SEO, Responsable Marketing, CEO, CTO, etc...)

PRATIQUE

PRATIQUE

### Utiliser Analytics pour suivre mon Référencement

- Rappel sur les grands principes du référencement
- Suivi des indicateurs spécifiques au référencement naturel

### Aller plus loin

- Alertes et annotations
- Faire de l'AB Testing (Google Optimize)
- Les différents raccourcis
- Liaison Analytics-Adwords
- Liaison Analytics-GSC
- La notion de Tag Manager
- Découverte Data Studio

### Conclusion

- Questions / Réponses



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com