

---

## Programme de formation Google Analytics niveau avancé

---

**Durée :** 14 h

**Objectifs :**

- Améliorer vos compétences pour l'exploitation de Google Analytics (GA)
- Être rapidement opérationnel et permettre de construire des tableaux de bords efficaces
- Mesurer et analyser grâce aux outils de segmentations et de rapports personnalisés
- Optimiser les performances de vos dispositifs Web
- Améliorer le ROI de vos opérations de création de trafic
- Construire des tableaux de bords efficaces et utiles.

**Pré-requis :**

- Avoir suivi la formation Google Analytics prise en main ou niveau équivalent
- L'apprenant doit être dans un lieu calme pour suivre ses séances de formation et disposer d'une très bonne connexion internet.

**Public :** Toute personne en charge d'un site ou d'une activité sur le web.

**Modalités techniques, pédagogique et d'encadrement :**

En format présentiel : mise en place d'un bureau / salle équipé par l'apprenant / client avec connexion internet. La formation peut également se dérouler dans nos locaux (dans ce cas mis à disposition si nécessaire d'un ordinateur équipé par HM Formation ainsi que les équipements comme un video-projecteur et paperboard)

Dans le cas d'une formation sur site client / apprenant un entretien sera effectué par nos services afin de vérifier l'adéquation des moyens techniques avec la formation.

En format distanciel : synchrone avec le formateur via Zoom ou outil équivalent (télé-présentiel).

Alternance entre apports théoriques et applications pratiques sur Google Analytics.

Questionnaire d'évaluation en amont et en fin de formation

Méthode interactive et intuitive

Cas pratiques et études de cas, Quizz

Support Stagiaire

**Modalités d'évaluation des connaissances ou d'appréciation des résultats de l'action de formation :** Exercices pratiques complété par une auto-évaluation des acquis en fin de formation.

**Modalité d'évaluation de l'appréciation des participants :** Fiche d'évaluation à chaud à l'issue de la formation. Et à froid plusieurs mois après la formation pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle.

**Modalité de suivi de l'action de formation** : Feuille d'émergence co-signée par demi-journée ou séance de formation.

**Détail du programme** :

## **RAPPEL DES FONDAMENTAUX DES WEB ANALYTICS**

L'analyse statistiques : rappel des fondamentaux

- Dimensions et statistiques
- Segments

## **GOOGLE ANALYTICS : FONCTIONNEMENT ET LIMITES**

Le code de tracking

Les informations envoyées dans les bases de Google

- Hit
- Session
- Visiteur

Cookies

La signification des variables

Les capacités de mesure

## **STRUCTURE ET PARAMÉTRAGE DU COMPTE GOOGLE ANALYTICS**

Compte, profil et vue

Construire et paramétrer des vues de travail

Paramétrer des objectifs

Connaître et utiliser les principales expressions régulières

Implémenter des filtres

Gérer des sous domaines

Utiliser les regroupements de contenus

## **PÉRIMÈTRE DE L'ANALYSE ET PLAN DE MARQUAGE**

Marquage et suivi des événements et pages virtuelles

Implémenter des dimensions et variables personnalisées

Les statistiques calculées

Marquage des campagnes de création de trafic

Association AdWords

Association Google Search Console

L'importation des données

## **MESURER AVEC GOOGLE ANALYTICS**

Parcours du front office et utilisation de l'interface

Trafic en temps réel

Les outils transverses

- Dates
- Exports

## **ANALYSER SON TRAFIC**

Qui sont les visiteurs ?

D'où viennent-ils ?

Que font-ils ?

Analyse des sources de trafic et tracker ses opérations de communication



# HM FORMATION

Quels contenus sont regardés ?

Les évènements et pages virtuelles

Le moteur de recherche interne

Le e-commerce

Analyser le retour sur investissement des opérations de création de trafic

- Objectifs
- Conversions
- Modèles d'attribution

Analyser la contribution des pages aux revenus du site

## AFFINER SON ANALYSE

Utiliser les segments

- Construire un segment
- Analyser
- Comparer

Utiliser l'explorateur

- Changer de dimension
- Ajouter des dimensions
- Filtrer
- Exclure

## CRÉER DES RAPPORTS PERSONNALISÉS

Méthodologie : comprendre l'outil de création des rapports

Rechercher et modifier un rapport personnalisé existant

Construire un rapport personnalisé

Transformer Google Analytics en outil CRM

Importer et analyser des données tierces

## CONSTRUIRE ET PARAMÉTRER DES TABLEAUX DE BORD ET ORGANISER SON REPORTING

La création de tableaux de bord

L'exportation des données

L'automatisation du reporting

## CONCLUSION

Google Tag Manager pour simplifier la gestion du marquage et du tracking

Google Data Studio pour habiller ses présentations

**Sanction de la formation** : Attestation de formation (L.6353-1 du Code du travail)