

PROGRAMME DE FORMATION EN PRÉSENTIEL

GOOGLE ANALYTICS

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Définir des KPIs pertinents pour exploiter ses personas
Optimiser sa stratégie digitale grâce à l'analyse des KPIs

Sortir les rapports, automatisation et analyse

Nos équipes s'engagent à vous rappeler sous 24 à 72 heures

Public concerné

Toute personne devant gérer des campagnes publicitaires, service communication, webmaster.

Pré-requis

Avoir une connaissance de Google Analytics.

Durée de la formation et modalités d'organisation

En présentiel

Durée: 2 jours.

Intra: à partir de 900€ ht la journée.

Horaire: 9h30-13h/14h-17h30

Lieu de la formation

Dans les locaux de nos partenaires ou à distance

Moyens et méthodes pédagogiques

Explications, démonstrations, exercices, vérification des acquis

Profil du(des) formateur(s)

Plusieurs années d'expérience dans l'enseignement et dans la production.

Modalités d'évaluation

Questionnaire d'évaluation en fin de session

Moyens techniques

En distanciel: le stagiaire doit disposer du logiciel enseigné, du logiciel permettant la connexion à distance avec le formateur et d'une connexion de bonne qualité.

En présentiel: Un ordinateur par personne - Vidéo projecteur - Connexion Internet

- Définir des KPIs pertinents pour exploiter ses personas
- Qu'est ce qu'un KPI?
- Quels KPIs pour quels objectifs?
- Où trouver vos KPIs?
- Comment interpréter ses KPIs? (cf. cas pratique Google Analytics)
- Optimiser sa stratégie digitale grâce à l'analyse des KPIs?
- (Google Analytics)
- Les différents aspects de l'analyse d'audience

- Les leviers importants à utiliser
- Évaluer et interpréter sa performance (CTR; taux de conversion; etc)
- Optimiser sa stratégie digitale
- Pratique Google Analytics
- Sortir les rapports (automatisation, analyse)
- Découverte Google Analytics 4
- Comment l'installer
- Où trouver les KPI

10/2025