

**L'OBJECTIF DE LA FORMATION :**

- Paramétrer par rapport à ses objectifs, lire les performances de son site, gérer et optimiser ses sources de trafic
- Comprendre les fondamentaux de la mesure site-centric (méthodologie utilisée, limite des données, principales fonctionnalités de Google Analytics) tout en sachant paramétrer l'outil pour collecter les bons indicateurs.
- Utiliser Google Analytics pour optimiser son site et ses campagnes Internet.
D'avoir une vision globale des outils de mesure sur Internet, de comprendre les complémentarités avec Google Analytics

**POUR QUI ?**

- Toute personne souhaitant appréhender de façon efficace et pratique l'analyse des données web fournies par Google Analytics pour améliorer les performances de son site Internet : Responsables marketing, responsables digitaux, chef de projet web, etc.
- Aucune connaissance technique spécifique n'est requise.

**PAR QUI ?**

- David Lelièvre
- Consultant en webanalytics depuis plus de 10 ans, David Lelièvre assure des formations sur Google Analytics

**LES POINTS FORTS :**

- Un intervenant de référence et expérimenté
- Présentation des erreurs courantes et bonnes pratiques
- La formation consacre une place significative aux ateliers pratiques et chaque participant peut travailler en direct sur son site.
- Un centre de ressources est mis à disposition des participants après formation

ORGANISER, PARAMÉTRER, PERSONNALISER...

- **MODULE 1 : ORGANISER LA COLLECTE DE DONNÉES EN PHASE AVEC VOS OBJECTIFS MARKETING**
Non à la mesure pour la mesure ! Quelles données observer ? Pour quoi faire ?
Comment ? Mise en place et vérification du tagage du site et structuration des données
Bien Lire les indicateurs et connaître leurs limites
Présentation des principales erreurs à éviter et des bonnes pratiques à respecter
- **MODULE 2 : ATELIER PRATIQUE - PARAMÉTRER SES OBJECTIFS ET SES CAMPAGNES**
Parcours de l'internaute, objectifs par étape de navigation, entonnoirs de conversion associés,
mise en place d'un tracking de campagne efficace sur la durée
Les indicateurs de campagne (Conversions dernier clic, conversion indirectes, conversions 1er clic, entonnoir multicanal, ...)
- **MODULE 3 : ATELIER PRATIQUE - DIMENSIONS D'ANALYSE ET CREATION DE SEGMENTS**
Comprendre les différentes possibilités de mieux cibler et d'affiner ses segments d'analyse sur Google Analytics
Exclusion de trafic internet, agrégation de trafic, ... comment mettre en place un filtre sur Google Analytics.
Créer ses segments personnalisés
Utiliser le module de segmentation par défaut : avantages et limites
Créer ses propres profils et filtres avancés : avantages et limites
Créer ses variables personnalisées pour définir ses segments
- **MODULE 4: PERSONNALISER SES DIMENSIONS D'ANALYSE EN CRÉANT SES PROPRES SEGMENTS**
Le pilotage dans Google Analytics: Créer ses alertes personnalisées, son tableau de bords, avantages et inconvénients du pilotage à partir de Google Analytics
Le pilotage en dehors de Google Analytics : les outils d'extraction sous Excel, les autres solutions
Avantages et inconvénients du pilotage en dehors de Google Analytics

- **MODULE 5 : OPTIMISER LE CONTENU DE SON SITE**
 - Indicateurs clés et dimensions d'analyse, méthodologie d'analyse d'un site
 - Les fonctionnalités avancées de Google Analytics pour mieux comprendre le comportement des internautes sur votre site
 - Tester votre contenu : comment mettre en place Google optimiseur de site
- **MODULE 6 : OPTIMISER SON RÉFÉRENCIEMENT NATUREL ET SES CAMPAGNES DE LIENS COMMERCIAUX**
 - Rappel des fondamentaux
 - Indicateurs clés et dimensions d'analyse
 - Affiner son paramétrage sur Google Analytics pour mieux identifier les leviers d'amélioration de votre stratégie moteur
 - Comprendre les bilans de campagnes de Google Adwords
 - Les outils complémentaires à connaître
- **MODULE 7 : OPTIMISER SES CAMPAGNES D'ACHAT DE BANNIÈRES**
 - Rappel des fondamentaux
 - Indicateurs clés et dimensions d'analyse (campagne branding, campagne performance)
 - Comprendre les bilans de campagne
- **MODULE 8 : OPTIMISER SES CAMPAGNES D'EMAILING**
 - rappel des fondamentaux
 - indicateurs clés et dimensions d'analyse
 - comprendre les bilans de campagne des routeurs



- Après un DESS Statistiques, et plusieurs années en tant que consultant en marketing décisionnel sur des projets CRM et de business Intelligence, il intègre la direction marketing-communication d'Ecureuil Vie avant de rejoindre Kerops comme Analyste marketing internet en 2007.
- David LELIEVRE anime régulièrement des formations « Etat de l'art » sur le marketing sur internet (CCM Benchmark Group, Media Institute,...) mais aussi des formations plus expertes sur la mesure sur internet, la mise en place de tableaux de bord et Google Analytics.
- Il accompagne également ses clients (EDF, Capgemini Institut, MSA,...) sur les problématiques de tableaux de bord internet et d'analyse des performances des investissements sur internet.

Kerops accompagne ses clients dans la réflexion et la mise en place d'Internet dans leur stratégie marketing-communication.

Nourri de multiples expériences variés dans de nombreux secteurs, nous avons développé une méthodologie afin de mieux structurer les réponses que nous apportons aux problématiques d'intégration d'Internet dans les stratégies marketing-communication.

Kerops a développé une structure consacrée à la formation sur les thématiques « stratégie internet » et « mesure de performance ». Nous intervenons ainsi depuis plus de 7 ans sur des sujets experts Internet présentés aux catalogues de nos partenaires de formation: **Cap Gemini Institut, Les Echos Formation, CCM Benchmark et Media Institute.**

NOS RÉFÉRENCES: Havas Media, EDF, L'Oréal, Mondadori, Publicis, JWT, France Télévisions, Arte, Staples, Radio France, Sopexa, ADT Ardèche, Havas Sports & Entertainment, Geneanet, Groupe Réussir, TBWA, Groupe Moniteur, Boehringer Ingelheim.

■ NOUS CONTACTER

Site internet : www.kerops.com

Téléphone : (33) 145897758

Email : contact@kerops.com



• LES DIRIGEANTS

Hervé DRUEZ

Owner chez Kerops
Région de Paris , France

[Voir le profil](#)



www.linkedin.com/in/hervedruez/



David LELIEVRE

Consultant marketing Internet chez
Kerops
Région de Paris , France

[Voir le profil](#)



www.linkedin.com/in/davidlelievre/

