



Public

Toute personne amenée à utiliser les services en ligne fournis par la solution Google Workspace.



Pré-requis

Aucun et chaque participant devra être équipé du logiciel objet de la formation, et d'un ordinateur qui lui servira à suivre les cours



Durée

3 jours – 21 heures
Horaires : 08h30 – 12h30
14h00 – 18h00



Organisation

Diagnostic / positionnement avant la formation.

Pédagogie en face à face : alternance entre les connaissances "terrain" et les apports théoriques.

Écoute active des besoins, réponse aux attentes tout en respectant les objectifs pédagogiques fixés.

Échange avec le ou les stagiaires afin de faire ressortir les notions-clés de la formation.

Mise en pratique à travers des exercices issus du vécu professionnel des participants.

Remise d'un support de cours numérique et/ou écrit.

Remise d'une attestation de formation.



Évaluation

Évaluation sommative à travers un cas pratique à chaque fin de module.

Google Analytics : améliorez votre site et rentabilisez vos actions

OBJECTIFS

- Exploiter Google Analytics pour améliorer les performances de son site Web.
- Définir les Indicateurs Clés de Performance (KPI).

PROGRAMME

1 - Contexte et enjeux du web analytics

Enjeux légaux et réglementaires.

Enjeux business.

2 - Présentation et implémentation de Google Analytics

Comment fonctionne GA4.

Implémentation.

Accès au compte de démonstration : Google Merchandise Store.

3 - Structure et principes de navigation

Fonctionnement de l'interface globale.

Focus sur l'interface d'administration.

4 - Personnaliser Google Analytics

Les événements et conversions.

Dimensions et statistiques.

Utiliser les canaux par défaut pour définir la source de trafic.

Attribution.

5 - Créer son tableau de bord

Rapports : de la page d'accueil, récapitulatifs, "Exploration" et "Publicité".

6 - Fonctionnalités avancées

Utiliser les audiences.

Associer Google Analytics à d'autres produits Google.

Utiliser Looker pour la data visualisation.

7 - Marquage

Marquer les événements personnalisés, les réseaux sociaux et le e-commerce.