



<b>Public</b>	Toute personne amenée à analyser l'audience d'un site Web
<b>Durée</b>	2 jours - 14 heures
<b>Pré-requis</b>	Connaissance de base d'un site Web.
<b>Objectifs</b>	Comprendre le fonctionnement des principaux moteurs de recherche. Installer l'outil Google Analytics. Créer et personnaliser des rapports. Exploiter les données de Google Analytics pour optimiser son site.
<b>Méthodes pédagogiques</b>	Pour bien préparer la formation, le stagiaire remplit une évaluation de positionnement et fixe ses objectifs à travers un questionnaire. La formation est délivrée en présentiel ou distanciel (e-learning, classe virtuelle, présentiel et à distance). Le formateur alterne entre méthodes démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation). La validation des acquis peut se faire via des études de cas, des quiz et/ou une certification. Cette formation est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par Audit Conseil Formation.
<b>Moyens techniques</b>	1 poste de travail complet par personne De nombreux exercices d'application Mise en place d'ateliers pratiques Remise d'un support de cours Passage de certification(s) dans le cadre du CPF Remise d'une attestation de stage
<b>Modalité d'évaluation des acquis</b>	Evaluation des besoins et objectifs en pré et post formation Evaluation technique des connaissances en pré et post formation Evaluation générale du stage
<b>Délai d'accès</b>	L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 5 jours ouvrés avant le début de la session
<b>Accessibilité handicapés</b>	Au centre d'affaires ELITE partenaire d'ACF à 20 m. Guide d'accessibilité à l'accueil.

## 1. LES FONDAMENTAUX DU WEB

- Comment fonctionne un moteur de recherche
- Les différents moteurs de recherche
- Le référencement naturel (SEO) et payant
- Pourquoi faire du suivi de statistiques

## 2. LA TERMINOLOGIE ESSENTIELLE

- Page vue, visite, visiteur
- Les « referrer » les pages par lesquelles les internautes sont arrivés sur votre site
- Source de trafic
- Rebond et taux de rebond

## 3. L'OUTIL GOOGLE ANALYTICS

- Logique de Google Analytics
- Installation de Google Analytics
- Tableaux de bord
- Les différents types de mesure
- Les alertes

## 4. SAVOIR LIRE ET EXPLOITER LES DIFFÉRENTS RAPPORTS

- Les visiteurs (synthèse géographique, tendances, fidélité)
- Les sources de trafic (provenance, impacts, mots clés, campagne, SEO....)
- Analyse du contenu (pages les plus consultées, détail par titre et par URL, pages de destinations et de sorties ...)
- Les objectifs (conversations, valeur d'un objectif)
- Création de rapports
- Personnalisation de rapports

## 5. EXPLOITER GOOGLE ANALYTICS PAR RAPPORT À SES BESOINS

- Maintenance technique de son site
- Analyse e-marketing
- Gestion e-commerce

## 6. CONDITIONS PÉDAGOGIQUE

- 1 poste par personne
- De nombreux exercices d'application sont vus tout au long de la formation

## NOUS CONTACTER

### Siège social

16, ALLÉE FRANÇOIS VILLON  
38130 ÉCHIROLLES

### Téléphone

04 76 23 20 50 - 06 81 73 19 35

### Centre de formation

87, RUE GÉNÉRAL MANGIN  
38000 GRENOBLE

### E-mail

contact@audit-conseil-formation.com

Suivez-nous sur les réseaux sociaux, rejoignez la communauté !



ACF Audit Conseil Formation



@ACF\_Formation



ACFauditconseilformation