

Metrics & KPIs

Savoir mesurer les bonnes performances

Les formations « Stand'up » !

- Des formations conçues par des experts du digital !
- Une pédagogie innovante !
- Une acquisition de compétences via des mises en situation et des ateliers pratiques !
- Organisme de formation agréé Datadock et labéllisé par l'AFNOR !

Objectif de la formation

Définissez et sachez interpréter les bonnes métriques et indicateurs clés de performance qui vous permettront de développer plus rapidement le trafic et le retour sur investissement de vos dispositifs digitaux.

Durée : 2 jours

Prérequis : Connaissances marketing de base, connaissance théorique des différents leviers d'acquisition de trafic et de ventes sur internet.

Public cible :

Directeur.trice et responsables digitaux, responsables marketing, chargés d'acquisition, Directeur.trice de l'éditorial, webmaster, chef de projet digital, Directeur.trice ou responsable e-commerce

Compétences acquises :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure de :

- Réaliser un plan stratégique de mesure
- Choisir les bons indicateurs de performance en fonction des objectifs
- Réaliser un plan de marquage
- Comprendre l'utilité d'un gestionnaire de tag
- Paramétrer et interpréter Google Analytics
- Respecter les contraintes légales et les bonnes pratiques en termes d'éthique.

Voir le programme 

Metrics & KPIs

Savoir mesurer les bonnes performances

Programme

Jour 1

- **Bases techniques**

- Les différents moyens d'identifier un internaute
- Le fonctionnement des cookies
- Les SDK sur mobile
- Les environnement « logués »
- Le principe du redirect
- Le principe du DataLayer

Atelier : choix de la stratégie de mesure adaptée à un contexte donné

- **Choisir ses métriques et KPIs**

- Bien comprendre ses objectifs
- Choisir les bons KPIs
- Identifier les bonnes métriques

Atelier : choix des métriques et KPIs et interprétation d'un tableau de statistiques

- **Comprendre l'attribution**

- Les principes de l'attribution
- Les différents modèles d'attribution et leur impact
- Comprendre les modèles avancés

Atelier : mettre en place un mode d'attribution

Jour 2

- **Utiliser un gestionnaire de tags**

- Comprendre le fonctionnement de GTM
- Implémenter GTM sur un site internet
- Comprendre le DOM et les événements
- Définir les balises et les déclencheurs

Atelier : création de balises et de déclencheur dans GTM

- **Utiliser Google Analytics**

- Présentation de l'interface Google Analytics
- Comprendre les objectifs
- Comprendre les filtres et segments

Atelier : interprétation de données dans Google Analytics et création de segments.

- **Réaliser un plan de taggag**

- Les grands principes
- Les éléments indispensables à intégrer
- Les éléments avancés

Atelier : réalisation d'un plan de taggag adapté à un contexte