

Metrics & KPIs

Savoir mesurer les bonnes performances

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 :

Pour les annonceurs, cette formation concerne les fonctions en relation avec les performances du site internet et/ou des canaux d'acquisition digitaux :

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 pour im-plémenter les codes de suivi
- Comprendre l'utilité d'un gestionnaire de tag
- Paramétrer et interpréter Google Analytics pour suivre les performances
- Respecter les contraintes légales et les bonnes pratiques en termes d'éthique.

Programme

Jour 1

Matinée : fondements théoriques

- La mesure, les cookies, comment ça marche ?
- Métriques et KPIs, comment les choisir en fonction de mon objectif
- Le fonctionnement et le rôle des marqueurs (tag) dans la mesure

Après-midi : Atelier pratique

- Réalisation en groupe d'un premier plan de marquage pour un site Internet
- Les outils de vérification et de contrôle

Jour 2

Matinée :

- Présentation de l'interface Google Analytics
- Atelier de paramétrage de Google Analytics

Après-midi :

- Théorie : Présentation des fonctionnalités du GTM (Google Tag Manager)
- Atelier : Interpréter les données d'un rapport standard
- Théorie Connaître le cadre légal et savoir l'appliquer