

Exploite la data pour faire prendre de la vitesse à ta marque

Durée : 1 journée de formation (7h)

Présentiel : 9h > 12h30 - 13h30 > 17h

Distanciel : 4 x 1h45 sur 15 jours

Tarifs :

(6 participants maximums par formation)

Inter-entreprise : **550 € HT / participant ***

Intra-entreprise : **1 800 € HT / formation**

Formation sur mesure : [Nous contacter](#)

* boissons chaudes et déjeuner inclus.



Objectifs :

- _ Comprendre la DATA et méthodes de collecte de données
- _ Savoir auditer la performance d'un dispositif digital
- _ Définir ses KPIs en fonction de ses objectifs

Prérequis :

Aucun

Publics cibles :

Toute personne concernée par les projets digitaux et leurs aspects de communication.

Formateur :

Issu de l'agence [Periscope](#), **spécialisé en DATA analyse**, le formateur dispose de plusieurs années d'expérience qu'il mettra à profit pour faire découvrir de façon didactique l'ensemble des opportunités de ces réseaux.

Informations pratiques :

Les formations sont dispensées dans nos bureaux de Paris (9ème) ou de Clermont-Ferrand.

Les formations intra-entreprise peuvent être dispensées dans les locaux de votre entreprise sur demande. Des frais de déplacement peuvent être facturés en sus.

Formation accessible aux personnes handicapées !
Nous contacter au [04 73 93 12 12](tel:0473931212) pour en savoir plus.

Programme de formation

Méthodes :

Pédagogie basée sur la pratique au travers de cas concrets et de retour d'expérience.

Pédagogie :

- _ Ateliers en intelligence collective
- _ Jeux ludo-pédagogiques
- _ Échanges de bonnes pratiques
- _ Entraînement par des mises en situation
- _ Support de formation téléchargeable

Évaluation & suivi :

- _ Émargement à la demi-journée
- _ Attestation d'assiduité
- _ Sondage entrant de compétence
- _ Quizz sortant d'évaluation



Cours théorique

1. Les principes fondamentaux de la DATA

- _ Données "ad centric" vs "site centric"
- _ Moyenne, pourcentage, taux & quotients

2. Les outils de collecte de données

- _ Les outils de web analytics
- _ Les outils comportementaux
- _ Les outils d'A/B testing et de bid management

3. Présentation de Google Analytics, les rapports clés

- _ Principe de base
- _ Présentation des écrans clés et des usages
- _ Paramétrer des rapports et des alertes

4. Analyse de la performance d'un site e-commerce

- _ Les KPI clés de pilotage qui induisent l'action
- _ Apprendre à auditer un site par la DATA

5. Analyse de la performance d'un support digital

- _ Auditer un support sans avoir accès à GA
- _ Notions de taux de rebond, occurrence, objectifs, devices

5. Analyse de la performance des leviers marketing

- _ Définir un objectif par levier et le piloter
- _ L'analyse Multitouch de la conversion

Exercices pratiques

_ **Définir des objectifs** à réaliser et les métriques d'un dispositif digital.

_ **Google analytics** apprendre à manipuler l'interface et à comprendre les différents rapports.

_ **Mettre en place un rapport automatique** pour piloter les performances.

_ **Émettre des recommandations et propositions d'amélioration** sur la base des analyses.