

# Google Analytics : analyser ses campagnes

Évaluez la performance de vos actions marketing sur votre site

**390,00 €HT**

**468,00 €TTC**

*Obtenez -15% sur chaque participant supplémentaire à partir du 2ème participant*

**Durée:** 3,5 heures

**Prochaine session :** 01 juil 2021

**Autres sessions :** 25 nov 2021 , 24 mar 2022 [+ de dates](#)

**Modalité :** Classe virtuelle

**Niveau :** Intermediaire

## Présentation

Google Analytics doit vous permettre de tirer des enseignements sur la performance des différentes actions marketing que vous menez sur votre site afin de pouvoir améliorer les suivantes.

Nous aborderons donc dans cette formation les indicateurs à suivre pour analyser ses campagnes et comment leur donner du sens par rapport à un objectif donné. Nous verrons également comment évaluer le rôle et la contribution de chacune de vos campagnes sur l'ensemble du parcours client.

## Objectifs

- Maîtriser les indicateurs utilisés pour suivre les campagnes
- Utiliser les fonctionnalités avancées de Google Analytics
- Comprendre les parcours multicanaux et les méthodes d'attribution proposées dans Google Analytics

## Compétences acquises

- Méthodologie pour analyser vos campagnes digitales
- Paramétrage des canaux personnalisés dans Google Analytics
- Maîtriser les segments personnalisés dans Google Analytics
- Comprendre les logiques d'attribution sur un site

## Pré-requis & Profil des participants

Pour suivre cette formation, il est nécessaire de maîtriser les fondamentaux de Google Analytics. Elle s'adresse aux webmasters, chefs de projet marketing digital, responsables web.

## Programme

### **MODULE 1 : Les paramétrages nécessaires pour suivre les performances de vos campagnes**

- URL Tracking, comment mettre en place une nomenclature pertinente
- Personnaliser vos analyses en créant vos propres canaux
- Comment intégrer les canaux/médias offline dans vos analyses Google Analytics

### **MODULE 2 : Savoir expliquer les performances de vos campagnes**

- Créer un rapport pour suivre l'arborescence d'indicateurs clés de vos campagnes
- Mettre en place des segments personnalisés pour comparer les différents leviers de trafic utilisés par les internautes pour aller sur votre site.

### **MODULE 3 : Mettre en place son modèle d'attribution dans Google Analytics**

- Comprendre le rôle et la contribution de chaque campagne dans les performances de votre site en maîtrisant les rapports sur les entonnoirs multi-canaux
- Bien choisir mon modèle d'attribution