

Google Optimize

990,00 €HT

1188,00 €TTC

*Obtenez -15% sur le total de votre commande
à partir du 2ème participant*

Durée: 1 jour (7 heures)

Prochaine session : 30 nov 2020

Modalité : Présentiel

Niveau : Avancé

Présentation

Cette formation vous permettra d'adopter les fondamentaux d'une approche CRO, de comprendre le fonctionnement de Google Optimize, de prendre en main l'interface wysiwyg de Google Optimize, de lancer vos premiers tests et de découvrir les possibilités plus avancées de l'outil.

Objectifs

- Maîtriser les bases de Google Optimize
- S'appropriier les fondamentaux de l'approche CRO
- Mettre en place un test AB, MVT (Multi-Variate Test) de bout en bout

Compétences acquises

- Comprendre les différents types de tests et leurs utilisations
- Prise en main opérationnelle de Google Optimize
- Mise en place de premiers tests
- Maîtriser les options de ciblage, de segmentation et de personnalisation
- Lire et interpréter les rapports

Pré-requis & Profil des participants

Les pré-requis sont :

- Connaissances de base de Google Analytics,
- Compréhension des mécanismes sous-jacents à Google Ads
- Compréhension du fonctionnement de Google Tag Manager,

- Notions en HTML, CSS et JS.

Elle est destinée aux :

- Trafic managers,
- Responsables marketing digitaux,
- Développeurs,
- Web Analystes.

Programme

1. Introduction à l'approche CRO (Conversion Optimization Rate)

- Principes de base de l'approche CRO
- Stratégie et planification d'une démarche CRO (Hypothèses VS idées/ Prioriser ses tests / Le mix données quanti et quali)
- Présentation des différents types d'expérimentation (AB, ABn, MVT/TPV, Redirect, AA, Bandit Manchet, AI)
- Best Practices CRO et quelques termes du jargon statistiques
- Overview de Google Optimize
- Google Optimise vs Google Optimize 360

2. Mise en place de Google Optimize

- Structure du compte
- Déploiement d'Optimize (via GTM / GTAG)
- Gestion des rôles et des autorisations
- Lien Optimize / Google Analytics
- Lien Optimize / Google Ads

3. Lancement d'un test

- Lancement d'un premier test
- Paramétrage des Objectifs (built-in et GA Goals)
- Déterminer les éléments à tester
- Prendre en main l'éditeur visuel
- Les tenants et les aboutissants de l'éditeur visuel
- Présentation des différents règles de ciblage et de segmentation

4. Eléments avancés

- Présentation de différents Use Cases
- Le lien avec Adwords et Analytics : Concept, bénéfice et Use Cases
- Personnalisation : Possibilités
- Editeur : Techniques avancées et CSS

5/ Rapports & Analyses

- Lire les rapports Optimize
- Présentation des rapports Optimize
- Différences entre les rapports Optimize et Google Analytics
- Détermination d'un vainqueur du Test
- Les bonnes pratiques