

Maîtriser Google Analytics pour évaluer mes actions E-tourisme

Formateur :

Cabinet JvWeb

Public :

Directeurs, web-rédacteur, webmaster, toutes personnes en charge de l'administration directe ou indirecte de sites web.

Durée : 2 jours (14h)

Dates et lieu :

18 & 19 octobre 2021

A distance

Coût pédagogique prévisionnel:

540 € NET / stagiaire / 14h

Prérequis :

Il est très fortement souhaitable de détenir les codes d'accès à son compte Google Analytics s'il est déjà créé.

ATTENTION, POUR TOUTES LES FORMATIONS E-TOURISME, VENIR AVEC UN PC PORTABLE

Modalités pédagogiques :

- Alternance d'apports théoriques et pratiques
- Etudes de cas
- Mises en situation

Méthodes d'évaluation :

- Bilan de satisfaction à chaud,
- Évaluation de l'atteinte des objectifs à chaud et à froid

Accessibilité :

Merci de contacter Marie Charpentier : mcharpentier@offices-tourisme-sud.fr

Pourquoi suivre cette formation ?

Google Analytics est l'outil d'analyse d'audience de site web le plus utilisé au monde. Comment les touristes arrivent sur mon site ? Combien sont-ils à le visiter ? Combien de pages consultent-ils ? Lesquelles ? Ma campagne de communication ou de promotion est-elle une réussite ? Etc...

Autant de questions qui trouveront réponse grâce à cet outil. La formation passe en revue les différentes fonctions de l'outil «Google Analytics» pour analyser et adapter ses actions sur ses outils numériques de sa destination.

Objectifs :

- Découvrir le fonctionnement de Google Analytics
- Apprendre son paramétrage et ses fonctionnalités pour :
 - Evaluer sa politique E-tourisme
 - Adapter ses actions E-tourisme en fonction de l'évaluation

Contenu :

Introduction : à quoi sert Google Analytics ?

- Un outil puissant d'aide à la décision
- Comprendre vos visiteurs
- Mon contenu est-il créatif et répond-il aux attentes de mes visiteurs ?
- Pourquoi et quand mes visiteurs quittent mon site ?
- Comment améliorer l'expérience utilisateur sur mon site ?
- Quelques fonctionnalités

Fonctionnement de Google Analytics

- Comment fonctionne Google Analytics ?
- Création de compte et de profils
- Installation du tag JavaScript et vérifier l'installation
- Comprendre le tag JavaScript
- Paramétrages personnalisés (tracker plusieurs domaines dans un profil, tracker plusieurs sous domaines dans un profil, ...)

Suivre un évènement : formulaire de demande de renseignements, réservation en ligne :

- Evènements
- Objectifs

Comprendre vos visiteurs pour orienter la communication du site de votre office de tourisme

- Qui sont vos visiteurs ?
- D'où viennent-ils ?
- Tendances et fidélité des visiteurs
- Navigateurs, résolution d'écran, lecteur flash
- Fournisseurs d'accès

- Valeurs personnalisées pour segmenter vos visiteurs

Identifier vos sources de trafic afin d'optimiser votre présence sur Internet

- De quels sites viennent vos visiteurs ?
- Mesurer l'impact du marketing viral
- Quelle part de vos visiteurs provient des moteurs de recherche ?
- Analyses des mots-clés naturel/payants (SEO/SEM)
- Analyse de la conversion par source de trafic
- Adwords : analyse de la performance de vos mots-clés payants
- Quel modèle d'attribution est le plus adapté à votre activité ?

Comment les internautes jugent votre contenu et naviguent sur votre site ?

- Quels sujets intéressent le plus vos internautes : activités, logement, vie pratique
- Analyse de la navigation : par quelles pages arrivent vos visiteurs et sur lesquelles ils quittent votre site ?
- Mesure des moteurs de recherche interne : ce que recherchent exactement vos visiteurs sur votre site ?

Pour aller plus loin

- Rapports personnalisés
- Segments avancés : identifier chaque segment de vos visiteurs
- Filtres
- Indicateurs de performance : lesquels suivre, et comment sont-ils calculés ?
- Présenter un rapport de performance : quelles informations mentionner, comment organiser sa synthèse ?