

AMÉLIORER SA PRODUCTIVITÉ

GOOGLE ANALYTICS 4 POUR OPTIMISER SES STRATÉGIES DE MARKETING DIRECT/E-COMMERCE

Cette formation d'une journée vise à doter les apprenants des **compétences nécessaires pour naviguer, analyser et exploiter efficacement Google Analytics 4 (GA4)**.

Les participants apprendront à **optimiser leurs campagnes de marketing direct** et à **améliorer la performance de leur e-commerce** grâce à l'utilisation judicieuse des outils de GA4. L'objectif est de transformer les données en **actions concrètes et significatives pour votre entreprise**.

🕒 Objectifs

Comprendre
l'interface et les
fonctionnalités de
GA4

Apprendre à
configurer GA4 pour
le suivi des données

Savoir interpréter
les rapports de GA4
pour prendre des
décisions éclairées

Acquérir des
compétences pour
optimiser les
campagnes de
marketing direct et
améliorer la
performance e-
commerce grâce à
GA4

👥 Publics cibles

Cette formation est destinée **aux professionnels du marketing, aux spécialistes e-commerce, aux gestionnaires de campagnes et aux analystes de données** qui souhaitent acquérir une compréhension approfondie de GA4 pour améliorer leurs compétences en marketing digital.





Pré-requis

Les participants doivent avoir des connaissances et de l'expérience en **Google Analytics Universal** ainsi qu'en **Web Analytics**.

Une connaissance préalable de GA4 n'est pas requise mais serait bénéfique.



Programme

La formation, proposée en présentiel, dure 7 heures et est déployée sur deux demi-journées consécutives (9h30 – 13h00 / 14h – 17h30)

Théorie x Cas pratiques x Modalités d'évaluation

1. Acquérir les bases de Google Analytics 4 :

- > Situer la version 4 pour en comprendre les améliorations versus la version précédente
- > Naviguer dans la nouvelle interface
- > Assimiler les principaux indicateurs (et les différences avec Universal) : sessions, utilisateurs, rebond, engagement
- > Manipuler les rapports standards et les personnaliser

Atelier : recherche de données dans les rapports standards du compte de démo de Google Analytics en temps imparti

- > Comprendre le nouveau modèle de données basé sur des événements

Atelier : observation de sa navigation en temps réel avec le DebugView

2. Mesurer la performance des canaux d'acquisition :

- > Mesurer ses sources de trafic
- > Suivre la performance de ses campagnes marketing avec les UTMs
- > Maîtriser le regroupement de canaux
- > Lier ses comptes Google Ads et Search Console à Analytics et faciliter le suivi de ces canaux
- > Focus sur le modèle d'attribution et la section Publicité

3. Décrypter la collecte et appliquer des outils et techniques d'analyse avancés :

- > Appréhender les bases techniques du suivi via Google Tag Manager (plan de marquage, dataLayer, tags, etc.)
 - > Utiliser le module de reporting avancé « Explorer » et ses différentes techniques d'analyse (format libre, entonnoir de conversion, analyse du chemin)
- Atelier : construction de différents rapports avancés avec le module Explore*
- > Créer des segments et améliorer la performance de ses campagnes de remarketing Google Ads avec ses audiences
 - > RGPD / CNIL, mode consentement des tags, mort du cookie tiers et server side : point à date.

Compétences ciblées

- > Maîtrise de l'interface et des outils de GA4.
- > Capacité à configurer GA4 pour le suivi des données de campagnes.
- > Compétences en analyse et interprétation de données pour l'optimisation des campagnes.
- > Application de GA4 pour améliorer les stratégies de marketing direct et de e-commerce.





✂ Moyens pédagogiques

Chaque participant reçoit, en amont de la formation, un **questionnaire de positionnement**, dont les résultats sont communiqués au formateur pour mieux comprendre le profil et les besoins des participants à la formation.

La formation repose sur une **approche pédagogique par le faire**, et utilisera une combinaison de **présentations**, d'**exercices pratiques**, de **discussions en groupe** et d'**études de cas** pour faciliter l'apprentissage.

Les participants auront également accès à **des supports de formation** pour une consultation ultérieure.

👤 Formateur

> La formation est assurée par un **formateur expert en marketing digital à la performance et des outils Google, disposant d'une :**

- Expérience professionnelle significative sur la thématique
- Expérience significative en termes d'animation de formation

Un CV du formateur est disponible, sur demande.



📋 Modalités d'évaluation

> **Les participants devront compléter, avant le début de la session, un formulaire de positionnement pour apprécier le niveau de chacun sur les compétences visées par la formation.**

Le dispositif d'évaluation est composé de :

- Exercices de mises en situation en session, encadrés par le formateur, pour pratiquer les postures et outils
- Un questionnaire proposé en fin de session pour s'assurer de la bonne rétention des messages principaux de la formation

Une **attestation de réalisation** est remise à chaque participant à l'issue de la formation. Une **attestation de réussite** est remise aux participants satisfaisant **les critères de réussite de la formation**.



Prix et modalités d'accès

La formation est commercialisée en inter-entreprise et en intra-entreprise pour des groupes de 6 à 12 personnes.

Prix HT : à partir de 890 €

Programme pédagogique détaillé mis à jour le 1^{er} mars 2024